



**Sara Isabel Vieira Sá
Couto**

**Conta Satélite de Turismo para as Economias
Regionais**



**Sara Isabel Vieira Sá
Couto**

**Conta Satélite de Turismo para as Economias
Regionais**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para
cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau
de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo realizada
sob a orientação científica da Doutora Maria Celeste de
Aguiar Eusébio, Professora Auxiliar do Departamento de
Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de
Aveiro

Dedico este trabalho aos meus pais, Adriano e Gracinda.

o júri

presidente

Prof^ª. Doutora Maria João Aibéo Carneiro
Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro

Prof. Doutor Manuel António Brites Salgado
Professor Adjunto da Escola Superior de Turismo e Hotelaria de Seia, Instituto Politécnico da Guarda

Prof^ª. Doutora Maria Celeste de Aguiar Eusébio
Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro (Orientador)

agradecimentos

Realizar uma tese de dissertação implica inúmeros momentos de reflexão, impaciência, indecisão e inclusive algum desespero. O ato de agradecer implica lembrar-me de todos aqueles que estiveram comigo nesses momentos, tarefa que se revela difícil de descrever, mas que vou pedir desde já desculpas a quem não mencionar o nome mas que sabe perfeitamente que eu agradeço.

Neste sentido, gostaria de agradecer especialmente aos meus pais, pelos momentos de apoio, carinho e incentivo.

A ti, Ricardo, que foste muito mais do que um apoio, exigi de ti um esforço intelectual diferente de todos os outros, mas por confiar muito no teu trabalho e sabedoria.

Ao meu irmão e cunhada, que sempre se disponibilizaram para qualquer ajuda e necessidade.

A todos os meus amigos que torceram para que este trabalho se realizasse e concluísse.

Por último, e não de todo, menos importante, à minha orientadora Professora Maria Celeste Eusébio, pela incondicional ajuda e apoio ao longo de todo este trabalho.

palavras-chave

Conta Satélite de Turismo, Turismo, impactos económicos, economias regionais, agregados económicos, despesas turísticas, Região Alentejo de Portugal

resumo

O Turismo surge, em qualquer país e região, como um fenómeno descentralizado. A necessidade de entender e explicar este fenómeno surge como um objetivo fundamental em inúmeros países. Contudo, a sua explicação exige, sobretudo a necessidade de obtenção de dados estatísticos, relativos aos diversos contributos económicos deste setor, como forma de perceber a sua dimensão económica, assim como de comparar dados entre as diversas regiões que compõem um país. Consequentemente, na comparação dos respetivos resultados estatísticos entre regiões, é possível observar falhas e lacunas ao nível do planeamento turístico, assim como destacar áreas que necessitam de estratégias emergentes. É, neste sentido, que surge a Conta Satélite de Turismo, como resultado da crescente consciencialização, quer por parte de entidades nacionais, quer por entidades regionais, da importância económica do Turismo.

keywords

Tourism Satellite Account, Tourism, economic impacts, regional economies, economic aggregates, tourist expenditures, Region Alentejo of Portugal.

abstract

Tourism arises as a decentralized phenomenon in any country and region. The need to understand and explain this phenomenon appears as the key objective in many countries. However, the explanation requires statistical data regarding the economic contributions of this sector, in order to realize its economic dimension, as well as comparing data across the different regions of the country. Therefore, by comparing the statistical results across regions, it is possible to detect gaps in the tourism planning, and highlight areas in need of emergent strategies. Tourism Satellite Account arises in this context, as a result of the growing awareness about the economic importance of tourism, either by national and regional entities.

INDICE

Capítulo 1 Introdução	1
1.1 Contextualização	1
1.2 Objetivos do Estudo.....	2
1.3 Estrutura do Trabalho	3
1.4 Metodologia	4
Capítulo 2 Conta Satélite do Turismo: Definição, origem e características	1
2.1 O que é a Conta Satélite do Turismo	1
2.2 Quando Surgiu.....	5
2.3 Porque Surgiu	8
2.4 O que integra	11
2.4.1 Procura turística: conceitos e definições.....	12
2.4.1.1 Consumo Turístico Individual.....	13
2.4.1.2. Consumo Turístico Coletivo.....	16
2.4.1.3 Formação Bruta de Capital Fixo	16
2.4.2 Oferta Turística.....	17
2.4.2.1 Produção Turística	17
2.4.2.2 Valor Acrescentado Bruto (VAB)	20
2.4.2.3. Produto Interno Bruto do Turismo.....	22
2.4.3 Emprego.....	23
2.4.4 Quadros e Tabelas.....	25
2.5 Nível de implementação da Conta Satélite de Turismo a nível Internacional	28
2.5.1 Análise Espacial	28
2.5.2 Componentes económicos da CST	36
Capítulo 3 Conta Satélite de Turismo Regional	42
3.1 O que é.....	42

3.2 Quando Surgiu?	46
3.3 Porque Surgiu?	48
3.4 Nível de implementação da CST regional a nível Internacional	51
Capítulo 4 Conta Satélite do Turismo em Portugal	54
4.1 Conta Satélite de Turismo Nacional	54
4.2 Experiências de CST desenvolvidas a nível regional em Portugal.....	57
Capítulo 5 Linhas orientadoras para o Cálculo do Consumo Turístico na Região do Alentejo.....	59
5.1 Caracterização da Região do Alentejo	59
5.2 Metodologias de implementação da CST ao nível Regional.....	62
5.3 Componentes do Consumo Turístico	65
5.4 Categorização das Despesas Turísticas.....	67
5.5 Cálculo das Despesas Turísticas para a Região Alentejo.....	72
5.5.1 Quantificar as despesas turísticas dos visitantes internacionais no Alentejo....	73
5.5.2 Quantificar as despesas turísticas dos visitantes provenientes de outras regiões de Portugal	81
5.5.3 Quantificar as despesas turísticas dos visitantes residentes no Alentejo	87
5.6 Cálculo das despesas em Pacotes Turísticos	91
5.7 Métodos de estimação indiretos das despesas turísticas	93
5.7.1 Estimação das despesas turísticas do consumo recetor	94
5.7.2 Estimação das despesas turísticas do consumo doméstico	97
5.7.3 Limitações e Condicionamentos na utilização dos modelos indiretos.....	100
Capítulo 6 Conclusões e recomendações.....	102
6.1 Principais Contribuições	103
6.2 Dificuldades e limitações	105
6.3 Propostas de Investigação futura	106
Capítulo 7 Referências Bibliográficas	108
Anexos	117

Anexo 1. Efeitos económicos do turismo a partir das despesas turísticas.....	117
Anexo 2. Produtos caraterísticos e conexos do Turismo.....	118
Anexo 3. Lista de Produtos que podem ser incluídos no Pacote Turístico	119
Anexo 4 - Dados relativos às despesas antes, durante e depois da viagem	120
Anexo 5. Tipo de bens e serviços a incorporar no consumo turístico antes da viagem	121
Anexo 6. Embarcações de Recreio do Porto Marítimo de Sines	122
Anexo 7. Origem dos visitantes segundo dados fornecidos pelos Postos de Turismo da Região do Alentejo	123
Anexo 8. Métodos e abordagens relativas aos locais apropriados para efetuar a pesquisa	124
Anexo 9. Questionário orientado para os Operadores Turísticos para estimar as componentes dos Pacotes Turísticos	126
Anexo 10. Métodos de Estimação e cálculo dos Pacotes Turísticos	127
Anexo 11 – Inquérito aplicado aos visitantes (internacionais, nacionais e regionais) da Região do Alentejo	129

Índice de Figuras

Capítulo 2

Figura 2.1: Efeitos económicos do turismo a partir das despesas turísticas.....	5
Figura 2.2: Classificação dos visitantes	13
Figura 2.3: Componentes do Consumo Turístico	14
Figura 2.4: Classificação dos bens e serviços consumidos pelos visitantes.....	18
Figura 2.5: Número de países que possuem CST ou encontra-se em desenvolvimento..	29
Figura 2.6: Países europeus e asiáticos acrescentados pelo EUROSTAT e APEC pelo desenvolvimento de uma CST	29

Capítulo 3

Figura 3.1: Importância atribuída à CST regional.....	50
---	----

Capítulo 5

Figura 5.1: Dimensão territorial do Alentejo	59
Figura 5.2: Conceito/objetivo por região (NUTS II).....	62
Figura 5.3: Componentes do Consumo Turístico	66
Figura 5.4: Bens e serviços de Consumo Turístico (antes, durante e após a viagem)	68
Figura 5.5 – Formalização matemática do cálculo das despesas totais dos visitantes internacionais	73
Figura 5.6 - Métodos de administração dos questionários aos visitantes internacionais da Região do Alentejo	79
Figura 5.7 – Formalização matemática do cálculo das despesas totais dos visitantes provenientes de outras regiões de Portugal.....	81
Figura 5.8 - Viagens, segundo o motivo, por meio de transporte utilizado	86
Figura 5.9 - Categorias de bens e serviços que devem ser estudadas para quantificar as despesas do turismo doméstico.....	87
Figura 5.10 - Matriz origem/destino (NUTS II) das viagens realizadas, segundo o motivo, e pelo menos uma noite.....	89
Figura 5.11 - Tipos de Consumo Turístico realizado ao nível de uma Região.....	94
Figura 5.12 - Comparação de valores entre o consumo turístico recetor e consumo turístico interior em 2008	95

Índice de Tabelas

Capítulo 2

Tabela 2.1 - Características adjacentes à Conta Satélite de Turismo.....	3
Tabela 2.2: Funções da CST de acordo com a OMT e OECD.....	4
Tabela 2.3: Principais iniciativas que deram origem à Conta Satélite do Turismo	6
Tabela 2.4: Classificação dos diferentes tipos de consumo turístico	15
Tabela 2.5: Produtos Característicos e atividades características	19
Tabela 2.6: Relação entre os diferentes agregados económicos que caracteriza a dimensão dos ramos de atividade do turismo.....	22
Tabela 2.7: Tabelas propostas para a concretização da CST, pela OMT e OECD.....	26
Tabela 2.8: Cronologia de implementação da CST em diversos países	30
Tabela 2.9: Nível de Implementação da CST na Europa de acordo com as atribuições dadas por EUROSTAT	34
Tabela 2.10: Agregados Económicos da Conta Satélite de Turismo por País e por ano de referência	38

Capítulo 3

Tabela 3.1: Objetivos da CST a nível regional.....	43
Tabela 3.2: Vantagens, Inconvenientes e dificuldades no desenvolvimento de uma CST regional	44
Tabela 3.3: Características da Conta Satélite do Turismo Regional	45
Tabela 3.4: Desenvolvimento de CST Regionais.....	47
Tabela 3.5: Nível de implementação da CST a nível regional.....	51

Capítulo 4

Tabela 4.1 - Metodologia utilizada no Desenvolvimento da CST de Portugal	56
--	----

Capítulo 5

Tabela 5.1: Contexto em que se encontra inserida a implementação da CST regional ...	64
Tabela 5.2: Diferença entre as tabelas da CST nacional e as da CST regional.....	65
Tabela 5.3 - Componentes do Consumo Turístico.....	72
Tabela 5.4 - Fontes de Dados Secundários e respetivos resultados	74

Tabela 5.5 - Fontes de Dados Secundários e respetivos resultados.....	82
Tabela 5.6- Formalização matemática do cálculo das despesas turísticas dos visitantes domésticos	88
Tabela 5.7 - Modelos apresentados pela OMT para adaptação da CST a nível regional .	93
Tabela 5.8 - Estrutura média do consumo turístico recetor, por produtos, em 2008.....	95
Tabela 5.9 - Estimativa do consumo turístico recetor por NUT II	96
Tabela 5.10 - Consumo turístico recetor para a região do Alentejo, por tipo de bens e serviços consumido em 2008.....	97
Tabela 5.11 - Total do consumo turístico doméstico por tipo de bens e serviços consumidos em 2008.....	98
Tabela 5.12 - Total do consumo turístico doméstico por região, para 2008	99
Tabela 5.13 - Total do consumo turístico doméstico por tipo de bens e serviços consumidos na região do Alentejo	100

Glossário

CST – Conta Satélite de turismo

OMT – Organização Mundial de Turismo

CPT – Código dos Produtos Turísticos

CITAT – Classificação Internacional de Atividades Turísticas

VARAT – Valor Acrescentado dos Ramos de Atividade Turística

VAT – Valor Acrescentado do Turismo

PIB – Produto Interno Bruto

APEC – Asia Pacific Economic Cooperation

WTTC – World Travel & Tourism Council

OECD – Organization for Economic Cooperation and Development

EUROSTAT – Statistical Office of the European Communities

STS – System of Tourism Statistics

ONU – Organização das Nações Unidas

VAGT – Valor Acrescentado Gerado pelo Turismo

DREM – Direção Regional Estatística da Madeira

SREA – Serviço Regional Estatístico dos Açores

ICE – Instituto Canário de Estadística

REFER – Refe Ferroviária Nacional

CCDR – Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional

NUT – Nomenclatura das Unidades Territoriais para fins Estatísticos

SNA – System of National Accounts

SCN – Sistema de Contas Nacionais

INE – Instituto Nacional de Estatística

PENT – Programa Estratégico Nacional de Turismo

Capítulo 1 Introdução

1.1 Contextualização

O turismo constitui um dos maiores fenómenos sociais e económicos dos tempos modernos. Detém, atualmente, uma dimensão internacional que o posiciona a par das mais importantes atividades económicas do mundo, considerado como o terceiro maior exportador mundial (Sharpley & Telfer, 2002). Já em 1980, a Organização Mundial de Turismo refere que o sector turístico fornece um potencial contributo para o estabelecimento de uma nova ordem económica internacional, através da qual é possível eliminar o fosso económico existente entre países desenvolvidos e países em desenvolvimento, garantindo o crescimento constante do desenvolvimento económico e social, sobretudo dos países desfavorecidos (OMT, 1980).

Apesar do panorama de crise económica geral, o Turismo movimentou, em 2009, cerca de 880 milhões de turistas internacionais em todo o mundo (INE, 2010). Visto como uma potência de desenvolvimento de países, este sector contribui, de facto para estimular o consumo turístico individual e coletivo, a formação bruta de capital fixo, aumento do emprego e da produção turística. Apesar do reconhecimento generalizado deste efeito, ainda surgem lacunas no que diz respeito às investigações e desenvolvimento de estudos na área da quantificação económica dos impactos turísticos, sobretudo ao nível das económicas regionais.

A Conta Satélite de Turismo (CST) surge como uma resposta à necessidade de saber descrever o sector turístico em números e, através destes, efetuar comparações e delinear estratégias adequadas, quer a nível nacional, quer a nível regional. Embora a nível regional, ainda não exista um quadro concetual de desenvolvimento da Conta Satélite do Turismo, procura-se ao longo deste documento, através da exploração de diversas metodologias propostas, assim como de casos de estudo internacionais, desenvolver linhas orientadoras para a implementação da CST a um contexto regional e, mais concretamente, na Região do Alentejo de Portugal.

A escolha do Alentejo como região pioneira no desenvolvimento de uma CST a nível regional, no âmbito do continente português, constitui um desafio devido ao facto de, a nível estatístico, apresentar dados insuficientes e pouco credíveis. Visto existir uma CST a nível da economia portuguesa, desenvolvida em 2003, posteriormente estimada para os anos seguintes, constitui um apoio em termos de definições e metodologias face ao

desenvolvimento da CST para a região do Alentejo. Contudo, segundo a OMT (2005), ainda não existe uma ferramenta conceptual rigorosa, através da qual seja possível a adaptação da CST nacional a níveis territoriais, nomeadamente, a nível regional.

Assim sendo, o desenvolvimento deste trabalho teve como principal objetivo, o desenvolvimento de linhas orientadoras para o desenvolvimento da CST na região do Alentejo, tendo em conta o consumo turístico dos visitantes. Embora a CST implique o desenvolvimento e quantificação referente a 10 temáticas essenciais, esta ferramenta aplicada a um contexto regional, segundo Frechtling (2010), faz mais sentido delimitar o estudo ao desenvolvimento de apenas 5 tabelas. Contudo, destas cinco, devido à complexidade do tema, assim como à limitação de dados estatísticos, foram desenvolvidas linhas orientadoras para o cálculo das despesas turísticas dos visitantes da região do Alentejo.

A componente do consumo turístico na CST, como consequência da sua importância estratégica nas restantes componentes da procura, constitui a componente que tem merecido mais atenção e referência nos estudos económicos do turismo, assim como segundo a OMT (1999a: 20) esta componente constitui “o núcleo da avaliação económica do turismo”. Embora seja constituída pelo consumo turístico individual, pelo consumo turístico coletivo e pela formação bruta de capital fixo, será abordado neste documento apenas as despesas respeitantes aos visitantes (consumo turístico individual) da região do Alentejo.

1.2 Objetivos do Estudo

A elaboração deste trabalho tem como objetivo principal o desenvolvimento de linhas orientadoras para a desenvolvimento da CST aplicada ao contexto da Região do Alentejo, nomeadamente, através da quantificação das despesas turísticas dos visitantes desta região. Assim sendo, através da elaboração do respetivo trabalho é proposto:

- Dar a conhecer em que consiste e quais os principais objetivos que presidem à elaboração de uma Conta Satélite de Turismo;
- Abordar aspetos metodológicos relacionados com o desenvolvimento e implementação desta ferramenta, quer a nível nacional, quer a nível regional;
- Analisar o nível de implementação da CST nacional a nível de outros países, tendo também em conta os indicadores económicos correspondentes;
- Analisar o nível de implementação de CST para as economias nacionais/regionais a nível internacional;

- Analisar o nível de implementação de CST para as economias regionais a nível nacional;
- Propor uma metodologia para a implementação da CST aplicada à região do Alentejo;
- Realçar principais limitações no desenvolvimento do estudo de modo a serem melhorados no futuro;

1.3 Estrutura do Trabalho

A nível de estrutura, este documento começa por definir o conceito, assim como as origens e características da CST (Capítulo 2). São abordadas as principais organizações internacionais envolvidas no desenvolvimento desta ferramenta, nomeadamente, a Organização Mundial de Turismo, EUROSTAT, as Nações Unidas e OECD, assim como os principais países, França e Canadá. É descrita a importância do desenvolvimento da CST para os inúmeros países, assim como o nível de implementação desta a nível mundial. Verifica-se o aumento circunstancial da aplicação da CST ao nível dos diversos países, sobretudo no continente Europeu.

No terceiro Capítulo, é possível verificar a importância da CST aplicada às regiões. Este facto é explicado através de uma tabela cronológica, através da qual é possível determinar o número significativo de países que iniciaram a adaptação da CST ao panorama regional. São, também, explicados os motivos que levaram estes países a apostar nesta ferramenta como potencial de desenvolvimento das suas regiões, definindo as vantagens e desvantagens relacionadas com a sua implementação. No quarto capítulo é apresentada a CST desenvolvida pelo Instituto Nacional de Estatística para Portugal, ao nível da metodologia e indicadores económicos desenvolvidos. Além disso, é referido a experiência desenvolvida a nível regional, nomeadamente, ao nível das ilhas da Madeira e Açores que, juntamente com a ilha das Canárias, desenvolveram a CST da Macaronésia. Ainda neste capítulo, é executada uma caracterização da região do Alentejo, mais concretamente, ao nível de indicadores económicos, de população, geográficos e turísticos. No último capítulo (5) são desenvolvidas as linhas orientadoras para o cálculo das despesas turísticas dos visitantes na região do Alentejo. Assim, o capítulo é iniciado com a explicação da metodologia proposta para o desenvolvimento prático do documento, seguido da explicação das componentes adjacentes ao consumo turístico. De seguida é desenvolvido a categorização das despesas turísticas, de modo a tornar mais fácil a compreensão o cálculo das despesas turísticas. As despesas turísticas para os diversos tipos de visitantes da região do Alentejo é calculado tendo em conta o recurso a dados secundários e dados primários. A contabilização dos pacotes turísticos,

devido à sua particularidade, é desenvolvido num subcapítulo seguinte, demonstrando a metodologia possível para a sua quantificação. Por último, são desenvolvidos os modelos de quantificação dos impactos diretos, indiretos e induzidos do setor turístico, possíveis de serem aplicados à região do Alentejo.

1.4 Metodologia

A metodologia utilizada no desenvolvimento do respetivo trabalho, tem como base uma profunda investigação científica numa temática muito concreta, a Conta Satélite de Turismo. O desenvolvimento deste documento resultou numa intensa análise documental, baseada em jornais e artigos científicos (ex. *Annals of Tourism Research*; *Tourism Management*; *Journal of Travel Research*; *Journal of sustainable Tourism*); Livros técnicos e científicos de Turismo (ex. *Tourism and Development*; *Classic Reviews in Tourism*); Documentos e relatórios específicos da CST (ex. *TSA: Recommended Methodological Framework*; *TSA in Europe*; *TSA in the European Union*; *Practical Guide for the compilation of a TSA*; *TSA data around the world*); Relatórios e Artigos do desenvolvimento de CST a nível regional (*TSA and the regional perspective*; *Measuring and modeling the regional impact of tourism in Denmark*; *Progress in TSA implementation and Development*; *La elaboracion de estadísticas turísticas a escala subnacional*; *tourism Satellite Accounts for regions*) Documentos académicos (*Avaliação do impacto económico do turismo a nível regional*; *Turismo e Desenvolvimento Económico*).

Tal como seria de prever na concretização deste documento, o recurso a dados estatísticos e indicadores económicos torna-se tarefa fundamental. Assim sendo, a constante pesquisa de dados do INE revelou-se crucial para o desenvolvimento da componente prática da quantificação económica das despesas turísticas dos visitantes do Alentejo. Assim, entidades como o INE, OMT, OECD, EUROSTAT, Turismo de Portugal, CCDR permitiram a apresentação de dados estatísticos, considerados importantes para a concretização e enriquecimento deste trabalho.

Ao nível dos Postos de Informação Turística, foi enviado um *email*, através do qual era pedido a informação relativa ao número de visitantes, origem, despesas efetuadas e possíveis estudos empíricos realizados por estes. De acordo com as respostas obtidas, apenas foi possível obter informação relativa à origem dos visitantes, na medida em que, os estudos empíricos existentes eram relativos a entidades particulares, cujos objetivos e resultados não foi possível revelar. Relativamente às despesas turísticas, não existe qualquer dado por parte destas entidades, nem estudos nesse âmbito.

Capítulo 2 Conta Satélite do Turismo: Definição, origem e características

2.1 O que é a Conta Satélite do Turismo

A palavra Conta consiste no ato ou efeito de avaliar uma quantidade; um calculo. Em economia, baseia-se no registo de operações realizadas entre duas entidades e/ou transcrição do calculo de despesas e receitas (Dicionário da Língua Portuguesa, 2011). Segundo o Sistema de Contas Nacionais (SCN, 1993), as Contas constituem uma ferramenta através da qual é possível fornecer um registo completo e detalhado das actividades económicas que ocorrem dentro de uma economia e da interação entre os diferentes agentes económicos. Na prática, as contas são compiladas para uma sucessão de períodos de tempo, proporcionando deste modo, um fluxo contínuo de informações indispensáveis para a análise, acompanhamento e evolução do desempenho de uma economia ao longo do tempo (SCN, 1993).

O Sistema de Contas Nacionais (SCN), por sua vez, consiste num acordo internacional face a um conjunto de recomendações, nomeadamente conceitos, definições, classificações, normas e tabelas, que constituem um quadro concetual, coerente e integrado, de modo a estimar a produção, o consumo, o investimento e outras variáveis económicas relacionadas (SCN, 2008). Em 1993, aquando da sua reforma, o SCN incorpora o conceito de Conta Satélite, considerada como um passo importante para a flexibilidade das Contas Nacionais (SCN, 2008). No entanto, a França já usava a expressão de Contas Satélites desde 1970, para designar as práticas contabilísticas em áreas horizontais específicas, as quais não se encontravam identificadas no SCN (OECD, 2000)

A Conta Satélite constitui, deste modo, uma ferramenta que permite focar a atenção em determinada área ou campo da vida económica e/ou social, no contexto de uma economia nacional (OECD, 2000). Segundo o SCN (2008), uma das características das contas satélites é o facto de apresentar a economia dividida em partes, reorganizando a informação de tal forma, que uma área de interesse específica pode ser destacada, sem sobrecarregar o Sistema de Contas Nacionais. Além disso, existe a flexibilidade de desenvolvimento de várias contas satélites em simultâneo, independentemente do tipo de conta, assim como a experimentação de novos conceitos e metodologias.

Deste modo, as contas satélites são importantes para a análise económica de um país, nomeadamente, na identificação de atividades que desempenham um papel-chave no desenvolvimento económico (SCN, 2008). Neste caso específico, destaca-se o sector do turismo, cuja importância económica e relevância internacional conduziu ao desenvolvimento da chamada **Conta Satélite do Turismo**. Esta corresponde a uma ferramenta conceptual que oferece a possibilidade de calcular, medir e organizar informação acerca dos efeitos provenientes das atividades económicas que integram a indústria turística de um país ou região, tendo em conta os princípios, definições e classificações do SCN (OMT, 1999a; OECD, 2000; EUROSTAT, 2006; OMT *et al*, 2008; Meis, 1999; Ahlert, 2004; Hayes & Boag, 2004; Okubo & Planting, 1998).

Segundo a OMT *et al* (2008), a CST baseia-se na análise pormenorizada de todos os aspetos da procura de bens e serviços associados à atividade dos visitantes; observação da interface operacional com o fornecimento desses bens e serviços na economia; assim como a descrição de como a oferta desses bens e serviços interage com outras atividades económicas.

Posteriormente, o conceito de Conta Satélite do Turismo foi explorado por alguns autores, integrando novas perspetiva e um foco maior em determinados agregados económicos. Sendo assim, Frechtling (2010: 136) destaca o consumo turístico na sua definição, visto que descreve a CST como um “quadro metodológico que permite medir os contributos diretos do consumo turístico numa economia nacional”.

De acordo com o Instituto Nacional de Estatística (INE, 2003), o Turismo possui como característica principal, a diversidade de produtores (ramos de atividade), os quais podem participar no processo de produção turística e, na consequente, transversalidade do turismo ao longo dos diferentes ramos de atividade económica existentes num país. Este facto contribui para a importância e necessidade de existência da CST, na medida em que permite descrever e calcular a magnitude do turismo como atividade económica, tornando-a comparável e consistente (Tabela 2.1) com os restantes ramos de atividade (Smith, 2000; Bryan *et al*, 2005; Frechtling, 1999; Hayes & Boag, 2004; Lagos & Diakomihalis, 2008).

Tabela 2.1 - Características adjacentes à Conta Satélite de Turismo

Características da Conta Satélite de Turismo	
Comparabilidade	Intersectorial Espacial Temporal
Sensibilização	Entidades públicas Entidades privadas <ul style="list-style-type: none">• Nível Internacional• Nível Nacional• Nível Regional
Consistência	Metodologia utilizada com base nas recomendações internacionais
Credibilidade	Importância das fontes de dados utilizadas (primárias e secundárias)
Continuidade	Trabalho desenvolvido para diversos anos, de modo a permitir analisar e comparar a sua evolução;
Relevância do Turismo	Medir e documentar o peso do turismo como fator económico importante, faz com que este sector não seja “descriminado” no seio da economia de um país;

Fonte: adaptado de OMT *et al* (2008); Smeral (2006)

Deste modo, e de acordo com a Tabela 2.1, os países são incentivados a desenvolver a sua própria Conta Satélite do Turismo, tendo em conta fontes estatísticas fidedignas, regularmente atualizadas, consistentes a nível interno e apresentados em quadros macroeconómicos reconhecidos internacionalmente, assim como devem ser comparáveis ao longo do tempo (temporal), entre países (espaço) e entre atividades económicas (intersectorial) (OMT *et al*, 2008).

Em suma, a preparação da CST deve ser entendida como um processo permanente e contínuo, de modo a permitir que um país compreenda e avalie, de modo correto, o fenómeno turístico (OMT, 2001). As funções da CST, tal como é possível verificar na Tabela 2.2, analisadas sob o ponto de vista de duas principais organizações internacionais, nomeadamente a Organização Mundial de Turismo (OMT) e a Organização para a cooperação e desenvolvimento económico (*Organisation for economic co-operation and development* – OECD), são inúmeras, embora semelhantes nas duas perspetivas.

Tabela 2.2: Funções da CST de acordo com a OMT e OECD

Funções da Conta Satélite do Turismo	
OMT (1999)	OECD (2000)
Fornecer: <ul style="list-style-type: none">• Agregados macroeconómicos que descrevem a dimensão e o contributo económico do turismo (VAT; PIB), coerente com outros agregados, utilizados para a economia como um todo, assim como para outras atividades económicas e áreas funcionais de interesse;• Dados detalhados do consumo turístico e de como este está relacionada com a oferta e importações, integrados nos quadros das Contas Nacionais, quer a preços correntes, quer a preços constantes;• Detalhe das contas de produção das indústrias do turismo, incluindo dados do emprego, relação com outras atividades económicas e formação bruta de capital fixo;• Relação entre dados económicos e dados não monetários do turismo, (número de visitantes; duração da estada; motivo de visita)	<ul style="list-style-type: none">• Analisar o Turismo sob o ponto de vista económico;• Apresentar dados do Turismo com base nos princípios do SCN e compatível com as recomendações internacionais da WTO/UN, permitindo comparar com outras indústrias, tornando as estatísticas do turismo mais credíveis e robustas;• Fornecer um conjunto de contas internacionalmente compatíveis, as quais vão de encontro com os princípios das contas nacionais;• Calcular o Valor Acrescentado Turístico para uma lista de indústrias;• Fornecer informação do emprego das indústrias do turismo (perfis, número de empregados)• Indicar as funções de produção das indústrias turísticas e analisar a relação entre estas e o resto da economia;• Oferece um quadro metodológico de referência, no qual os modelos de impacto e outros modelos económicos analíticos podem ser utilizados;• Indicar a dimensão do capital investido em turismo e os meios de analisar a sua relação com a oferta turística;

Fonte: OMT (1999); OECD (2000)

As estatísticas do turismo, tradicionalmente focadas nos fluxos turísticos, têm um papel fundamental na análise económica do sector (Zhang, 2005a), o qual através da Conta Satélite do Turismo é possível avaliar o valor monetário deste para a economia de compilação (EUROSTAT, 2006).

De acordo com a OMT *et al* (2008), a CST não inclui o cálculo de efeitos indiretos e induzidos do turismo no sistema económico, o que significa que o impacto do turismo não é totalmente refletido nas tabelas da CST e, deve portanto, ser medido e analisado através de modelos que o permitam, como por exemplo, o modelo *Input-Output* ou o Modelo de Equilíbrio Geral.

Segundo a Eurostat (2006), a informação obtida a partir de uma CST inclui um conjunto de indicadores fundamentais, sobretudo variáveis macroeconómicas, tal como o valor acrescentado bruto do turismo, o PIB e o consumo turísticos, os quais refletem apenas os efeitos diretos do setor turístico na economia de compilação. No entanto, este setor

também provoca efeitos indiretos e induzidos na economia, nomeadamente ao nível do emprego, produção, balança de pagamentos, investimento, tal como é possível verificar na Figura 2.1.

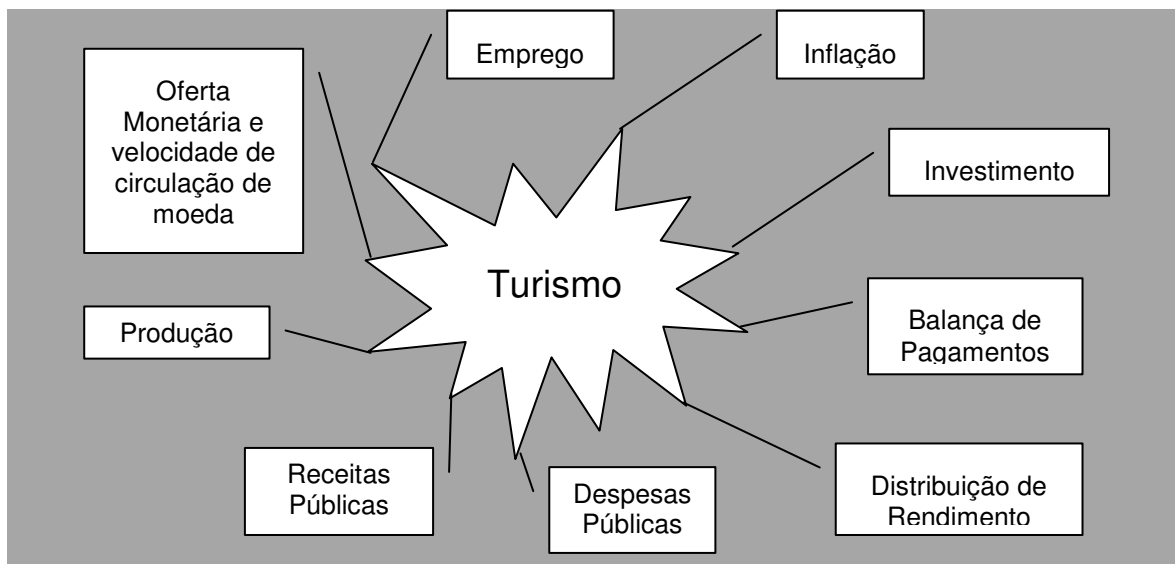


Figura 2.1: Efeitos económicos do turismo a partir das despesas turísticas

Fonte: Adaptado de Eusébio (2001: 111)

Em suma, a implementação da CST constitui um instrumento auxiliar para a conceção de políticas mais eficientes em áreas específicas; e desenvolver a consciência entre os vários autores, inclusive agentes que não estão diretamente relacionados com o turismo, sobre a importância económica deste (em termos físicos e monetários) e quanto ao seu papel, como um importante fator económico em todas as indústrias que produzem bens e serviços procurados pelos visitantes. (OMT *et al*, 2008).

2.2 Quando Surgiu

A conferência internacional da Organização Mundial de Turismo sobre as Estatísticas do Turismo, realizada em Ottawa no Canadá ("Conferência de Ottawa"), em 1991, refletiu o resultado de inúmeros esforços, quer por parte de organizações internacionais (OMT, OECD, ONU, EUROSTAT), quer por parte de alguns países, particularmente a França e o Canadá, os quais durante os anos 70 e 80 tornaram-se pioneiros no desenvolvimento de medidas de cálculo do impacto económico do turismo (OMT *et al*, 2008)

Mais concretamente, na década de 80, a Organização Mundial de Turismo (OMT) em cooperação com a Divisão de Estatísticas da Organização das Nações Unidas, desenvolveu trabalhos de investigação, visando por um lado, propor alterações nas definições e classificações utilizadas nos estudos do Turismo, de modo a torná-las compatíveis e coerentes com outros sistemas estatísticos nacionais e internacionais e, por outro lado, com o objetivo de incorporar o turismo no quadro analítico das Contas Nacionais. Também a Suíça reconheceu a importância de desenvolver uma nova base de dados de suporte à tomada de decisão na área do turismo, cujo primeiro estudo relativo à importância do turismo para a economia nacional surgiu em 1988, da autoria do Instituto Federal Suíço de Desenvolvimento Económico e do Trabalho (*Swiss Federal Office for Economic Development and Labour - BWA*) (OMT, 1999b) tendo como ponto de partida, pesquisas efetuadas pela OECD neste campo.

Após a Conferência de Ottawa, muitas iniciativas começaram a ser postas em prática, fornecendo importantes contributos para o desenvolvimento de uma Conta Satélite do Turismo (OMT *et al*, 2008), tal como é possível verificar na Tabela 2.3.

Tabela 2.3: Principais iniciativas que deram origem à Conta Satélite do Turismo

Período	Principais Contributos	Iniciativas
1937 – 1980	Período marcado pelo estabelecimento de definições e classificações aplicadas ao turismo;	<p>1937 – Conselho de Sociedade das Nações recomendou uma definição de “turista internacional”, a qual foi posteriormente alterada pela União Internacional dos Organismos Oficiais do Turismo (UIOOT – mais tarde OMT) em 1950.</p> <ul style="list-style-type: none">• Necessidade de tornar mais comparáveis as estatísticas internacionais e de encontrar variáveis semelhantes. <p>1953 – Comissão de Estatísticas da Organização das Nações Unidas (ONU) desenvolveu o conceito de “visitante internacional”.</p> <p>1963 - Conferência das Nações Unidas sobre o Turismo e as Viagens Internacionais, realizada em Roma, na qual a UIOOT propôs recomendações para os conceitos de visitante, turista e excursionista.</p> <p>1978 – Comissão de Estatística das Nações Unidas aprova as linhas diretrizes provisórias relativas às estatísticas do turismo internacional.</p>

Período	Principais Contributos	Iniciativas
Década de 80	<p>Tentativa de incorporar o turismo no quadro analítico das Contas Nacionais;</p> <p>Consciência generalizada da importância do turismo e a sua interdependência com outras atividades económicas e sociais;</p>	<p>1983 – OMT apresenta, com dados do SCN de 1968, resultados dos impactos económicos do turismo, de modo a demonstrar que o sector turístico é viável de ser integrado nas Contas Nacionais;</p> <p>1985 – OECD esforçou-se para integrar o turismo nos instrumentos estatísticos, tais como o SCN e por reconhecer o âmbito, a natureza e o papel do turismo nas economias dos países membros da OECD;</p> <p>1987 – <i>The Canadian National Task Force on Tourism data</i> apresenta um relatório sobre a viabilidade da aplicação dos princípios da Conta Satélite ao sector do Turismo</p>
Década de 90	<p>Reconhecimento internacional da CST e início do seu desenvolvimento por diversos países;</p>	<p>1991 - Conferência de Ottawa (Canada)</p> <ul style="list-style-type: none"> Objetivo: Desenvolvimento do Sistema de Conta Satélite do Turismo, compatível com os conceitos, teorias e métodos de cálculo do SCN; <p>1991 - Desenvolvimento do Manual de Contas Económicas do Turismo da OECD (<i>Tourism Economic Accounts – TEA</i>)</p>
	<p>Definição de conceitos, classificações, normas de cálculo, quadros e tabelas, aceites internacionalmente;</p>	<p>1993 - Reforma do Sistema de Contas Nacional (SCN, 1993), definido pelas Nações Unidas; Banco Mundial; Comissão das Comunidades Europeias; OCED; e Fundo Monetário Internacional.</p>
	<p>Apresentação do primeiro quadro metodológico da CST</p>	<p>1994 - Publicação de “<i>TSA: Methodological Frame</i>” e “<i>Recommendations on Tourism Statistics</i>” da OMT e Nações Unidas;</p> <ul style="list-style-type: none"> Relatório sobre as definições e classificações aplicáveis às estatísticas do turismo;
	<p>Apresentação da primeira versão da CST pela OMT</p>	<p>1995 – Apresentação da primeira versão do quadro conceptual da CST pela Organização Mundial de Turismo;</p>
	<p>Apresentação da primeira proposta de CST para os países membros da OECD</p>	<p>1997 - Comité do Turismo da OECD, assim como a EUROSTAT, apresentam uma primeira proposta da Conta Satélite do Turismo para os respetivos países membros;</p>
Século XXI	<p>Acordo internacional quanto à metodologia da Conta Satélite do Turismo</p>	<p>2001 - Publicação de “<i>Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework</i>”, publicação conjunta das Nações Unidas; OMT; OECD; EUROSTAT¹;</p> <ul style="list-style-type: none"> Introdução da definição de tipos de turismo; categorias de consumo turístico e classificações de produtos turísticos e atividades produtivas;
	<p>Recente reestruturação e atualização da obra publicada em 2001.</p>	<p>2008 - Publicação de: “<i>Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework</i>”, de 2008;</p>

¹ OECD – Organisation for Economic Co-Operation and Development ou OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico;
EUROSTAT - Gabinete de Estatísticas da União Europeia

Fonte: Elaboração própria com base em OMT (1999a); Lagos & Diakomihalis (2004); OMT et al (2008).

Foi, de facto ao longo de décadas que se verificou a evolução do sector turístico, nomeadamente ao nível da sua definição e classificação, da importância estatística e económica do sector e, consequente influência noutros sectores económicos (Tabela 2.3). Este facto conduziu, sobretudo na década de 90, ao desenvolvimento de métodos de cálculo e de organização dos dados estatísticos do sector, através da Conta Satélite do Turismo. Para isso, destaca-se as iniciativas de alguns países (França e Canadá), assim como de diversas organizações internacionais, nomeadamente, a Organização Mundial de Turismo, OECD, Nações Unidas, Banco Mundial e a EUROSTAT, cuja integração do turismo no Sistema de Contas Nacionais abriu portas para o desenvolvimento metodológico internacional da CST e cuja implementação tornou-se possível e mais acessível em qualquer país do mundo.

Deste modo, em 1994, as Nações Unidas e a OMT publicaram a obra “*Recommendations on Tourism Statistics*”, e em 2001 a obra “*Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*”. A realização desta última publicação teve a colaboração, não só das Nações Unidas (NU) e da OMT, mas também da OECD (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico) e Eurostat e veio introduzir novas definições de tipos de turismo; classificações quanto aos produtos turísticos e atividades produtivas, assim como novas categorias de consumo turístico. Esta obra foi atualizada por uma versão do ano de 2008 - “*Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*”, baseada na “*International Recommendations on Tourism Statistics*, de 2008, a qual veio clarificar os conceitos de consumo e despesa turística, destacando o tratamento dos bens e serviços adquiridos por visitantes e introduziu propostas para as novas formas de utilização de casas de férias (ex. casas secundárias), assim como para a quantificação da relevância económica da indústria de eventos. Esta última publicação resultou num trabalho comum entre as organizações internacionais (OMT, OECD, Eurostat e NU), as quais chegaram a um acordo face à Conta Satélite de Turismo, como o método mais apropriado para medir o valor económico do turismo (Bryan *et al*, 2005).

2.3 Porque Surgiu

O aparecimento da Conta Satélite do Turismo surgiu como resposta à crescente importância do Turismo no sistema económico dos países. De facto, a relação deste

sector com uma grande variedade de atividades económicas tem contribuído para o crescente interesse em medir a contribuição do turismo para a economia. Como consequência deste facto, inúmeros países e organizações internacionais estiveram envolvidos no desenvolvimento de conceitos, base de dados e técnicas para tornar possível a quantificação económica do sector turístico (OMT *et al*, 2008).

Por outro lado, a tomada de consciência da importância do turismo não tem sido apenas na sua vertente económica, na medida em que, o interesse desenvolvido relativamente a este sector têm sido crescente nos últimos 25 anos (OECD, 2000), devido a um vasto conjunto de fatores de mudança, nomeadamente, a valorização da sustentabilidade, da qualidade, da diferenciação e diversificação; a emergência de novos destinos; novas modalidades de oferta; novas formas de exploração (ex. sector aéreo – companhias de baixo custo); consumidores cada vez mais exigentes e informados e, consequentemente, o aumento e melhoria de infraestruturas, a preservação do ambiente e recuperação do património edificado e o aumento do investimento e inovação (Cunha, 2003). Este facto pode ser consequência do aumento da investigação neste campo, da introdução generalizada do ensino turístico nas universidades; o tratamento científico do turismo no âmbito de outras áreas do saber; assim como a crescente preocupação ao nível das organizações internacionais e dos Governos relativamente à recolha e tratamento de dados relativos ao turismo, contribuindo deste modo, para a garantia de um melhor conhecimento e estudo deste sector (Cunha, 2006; Cooper, 2003).

Segundo Barros (2007), o Turismo é uma atividade económica com relevância internacional, que tem contribuído para dinamizar e desenvolver economicamente diversos países e regiões. Em certo sentido, o papel do turismo encontra-se oficialmente sancionado, uma vez que a Organização Mundial de Turismo (OMT, 1980) afirma que o turismo mundial pode contribuir para o estabelecimento de uma nova ordem económica, a qual permitirá eliminar o fosso económico entre os países desenvolvidos e os países em desenvolvimento e assegurar a aceleração constante do desenvolvimento social e económico, assim como o progresso, nomeadamente nos países em desenvolvimento (Sharpley & Telfer, 2002).

Segundo a Declaração de Manila, o Turismo é considerado uma atividade essencial para as nações devido aos seus efeitos nas vertentes social, cultural, educacional e económica nas sociedades e nas suas relações internacionais. No entanto, o retorno económico do turismo, embora reais e significantes, não devem constituir o único critério

de decisão pelos países no planeamento deste sector (OMT, 2001), pois segundo Sharpley & Telfer (2002) a justificação fundamental para a aposta no desenvolvimento deste sector em diversos países deve-se ao seu potencial contributo para o desenvolvimento económico e social.

Contudo, apesar do dinamismo do sector do Turismo, este apresenta-se como um conceito amplo, subjetivo a diversas interpretações, com uma elevada variedade de definições e descrições propostas na literatura. Este facto reflete a natureza multidisciplinar deste sector, assim como a dificuldade em entender o seu verdadeiro significado. Apesar de existir uma definição conceptual do Turismo, desenvolvida pela Organização Mundial de Turismo, esta não é aplicada globalmente em todos os países, nos quais é possível assistir à existência de um conjunto diversificado de definições e taxonomias do conceito de turismo e de turistas, muitos dos quais de nível ético, estruturadas de acordo com as perspetivas do investigador (Sharpley & Telfer, 2002). Contudo, através do desenvolvimento da CST, é determinado um conjunto de definições, conceitos, classificações que permitem desenvolver um quadro conceptual do setor turístico, coerente e integrado, capaz de ser comparável e consistente com outros ramos de atividade económica (SCN, 2008; Smith, 2000; Bryan *et al*, 2005; Frechtling, 1999; Hayes & Boag, 2004; Lagos & Diakomihalis, 2008).

Assim sendo, segundo a Organização Mundial de Turismo (1999a), sob o ponto de vista da procura, o turismo engloba todas as atividades desenvolvidas pelos visitantes no decurso das suas viagens, em espaços localizados fora do seu ambiente habitual, por um período inferior a um ano, cujo objetivo de viagem centra-se em formas de lazer e recreação, negócios e outros. Segundo a recomendação internacional para a CST, das Nações Unidas, Organização Mundial de Turismo, OECD e EUROSTAT (na obra *“Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*, 2008), no domínio da oferta, o turismo pode ser entendido como um conjunto de atividades, lugares, organizações, profissões, equipamentos e relações desenvolvidas sobretudo para os visitantes.

Segundo Cunha (2006) conhecer a economia de um país implica a compilação de dados que quantifiquem os componentes de produção e do rendimento nacionais, mais especificamente, a Contabilidade Nacional ou Contas Nacionais, através das quais é possível aceder e conhecer o produto e os rendimentos, assim como os seus componentes (consumo, investimentos). Contudo, segundo a OECD (2000: 13), existe

uma elevada dificuldade em definir e medir a atividade turística e, consequentemente, a “indústria do turismo sofre de um problema de credibilidade”. De acordo com Cunha (2006), a dificuldade na definição dos contornos deste sector encontra-se relacionada com a diversidade de atividades necessárias à satisfação das necessidades dos visitantes; a dificuldade em destacar as atividades produtivas meramente turísticas e identificar o papel que os fatores não produtivos desempenham no êxito dos destinos turísticos (tradições; segurança; ambiente; hospitalidade).

Trata-se, portanto, de uma atividade económica “integradora de múltiplos sectores”, que possui relações diretas, indiretas ou induzidas (Anexo 1) com todos os sectores produtivos da economia, revelando elevada complexidade e heterogeneidade, quer no ponto de vista da procura, quer no ponto de vista da oferta (Cunha, 2006: 312). Deste modo, em virtude das inter-relações que estabelece com outros sectores de atividades económica, o turismo não é considerado um sector autónomo e independente da economia, embora segundo Cunha (2006), este tenha vindo a transformar-se cada vez mais numa atividade com especificidade própria, destacando-se dos outros sectores económicos tradicionais.

Nas últimas três décadas, inúmeros países procuraram estimar os impactos económicos do turismo de diversas formas, utilizando várias medidas, várias definições e diversas metodologias (Frechtling, 1999). É, desta forma, que surge a Conta Satélite do Turismo, como um modelo internacional que pode ser utilizado como método de medição do impacto do turismo na economia, a qual segundo o Instituto Nacional de Estatística (2003) permite identificar e isolar a componente turística da atividade económica de um país, ou seja, quantificar a relevância económica da atividade turística. Deste modo, a Conta Satélite do Turismo foi desenvolvida com o intuito de organizar toda a informação acerca dos efeitos da atividade turística sobre a produção nacional, receitas, riqueza e emprego, de um modo consistente, tal como os outros sectores da economia nacional, calculados no Sistema de Contas Nacionais (Frechtling, 1999).

2.4 O que integra

As estatísticas do turismo encontravam-se anteriormente, centradas em dados relativos ao número de visitantes, as suas características socioeconómicas, nacionalidade e/ou país de residência, duração da estada, objetivo da visita, tipo de alojamento, capacidade

hoteleira, número de atrações para os visitantes, assim como as taxas de ocupação hoteleira. Contudo, constatando a insuficiência destes dados, a nível micro e macro, atualmente o interesse dos agentes económicos centra-se ao nível da importância e crescimento económico do sector turístico, nomeadamente, o emprego, as entradas de divisas, as receitas públicas, a formação de capital fixo, entre outros (OMT, 1999a).

Deste modo, surge a necessidade de recolha de informação mais completa e precisa relativa à procura proveniente dos visitantes à oferta de bens e serviços do país de destino, assim como correlacioná-la com outros dados relevantes, mais especificamente, o emprego, o investimento e dados sobre a balança de pagamentos.

2.4.1 Procura turística: conceitos e definições

Cunha (2006) refere que, do ponto de vista económico, a procura total do turismo, em dado momento e em dado país, é composta pela procura proveniente de turistas estrangeiros ou nacionais nesse país.

A maioria das definições de turismo referida na literatura é classificada como definições do lado da procura, o que justifica a natureza humana e social desta atividade e o facto de existir alguma dificuldade em delimitar o conjunto de bens e serviços que é consumido pelos visitantes, uma vez que muitos desses bens e serviços são também consumidos pela população local (Eusébio, 2006).

Para conhecer em detalhe todas as componentes da procura de bens e serviços do turismo numa determinada economia, a OMT (1999a) sugere a necessidade de definição do conceito de “visitante”, pois é através deste que a atividade turística se concretiza. Em 1937, foi apresentada pela Liga das Nações Unidas, a primeira definição técnica de turista, como uma “pessoa que viaja por um período de pelo menos 24 horas num país, que não seja o da sua residência habitual”. Contudo, esta definição apresenta uma limitação grave, nomeadamente o facto de ignorar o movimento de pessoas ao nível doméstico.

“O turismo compreende as atividades de indivíduos no decurso das suas viagens e estadas em locais situados fora do seu ambiente habitual, por um período inferior a um ano, por motivos de lazer, negócio e outros” (OMT, 1999a: 15).

Estes indivíduos são, portanto, denominados visitantes. O ambiente habitual pode ser entendido como os limites geográficos, nos quais os indivíduos se deslocam na sua vida quotidiana, exceto por motivos de lazer e recreio (ex. distância entre a residência e o

local de trabalho). Existem duas dimensões que estão relacionadas com o critério de ambiente habitual: a frequência e a distância. Desta forma, os lugares que são visitados pela pessoa em termos de rotina fazem parte do seu ambiente habitual. Além disso, os locais que fazem parte da sua área de residência também fazem parte do seu ambiente habitual, sendo deste modo possível delimitar “ambiente habitual” como sendo a área em redor do local de residência e todos os locais visitados frequentemente (Eusébio, 2006). Quando um indivíduo permanece num local por um período superior a um ano, esse local torna-se parte integrante do seu ambiente habitual e o indivíduo deixa de ser considerado visitante (Eusébio, 2006)

De acordo com o país de origem dos visitantes, é possível categorizá-los em dois grandes grupos: internos e internacionais (Figura 2.2). No caso dos visitantes internos, o país de residência é o país visitado; enquanto os visitantes internacionais, cuja origem é diferente do país visitado, incluem os visitantes que residem no estrangeiro de forma permanente e que podem constituir um segmento importante do mercado, com características específicas.

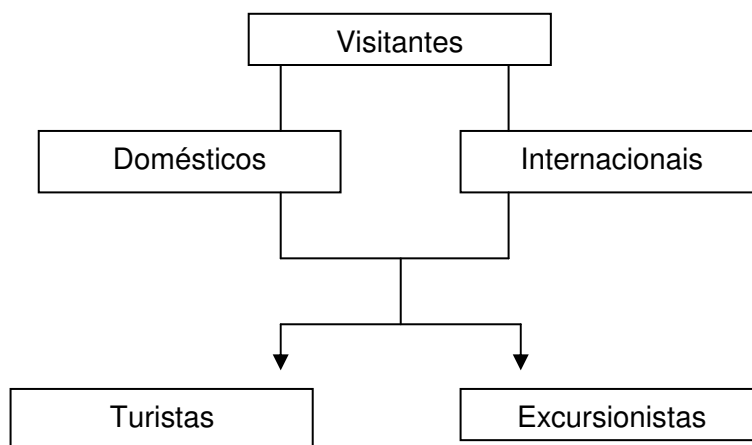


Figura 2.2: Classificação dos visitantes

Fonte: Eusébio (2006)

A Procura turística incorpora as seguintes componentes: o consumo turístico (ou consumo turístico individual – Figura 2.2), o consumo turístico coletivo e a formação bruta de capital fixo turístico (Lima, 2008; Eusébio, 2006).

2.4.1.1 Consumo Turístico Individual

O consumo turístico individual constitui a despesa total de consumo efetuada por um visitante ou outrem para e durante a sua viagem e permanência no local de destino (OMT,

1999a: 21; Cunha, 2006). Deste modo, da mesma forma que o visitante é crucial para a existência da atividade turística, o seu “consumo é o núcleo da avaliação económica do turismo” (OMT, 1999a: 20). O visitante executa um consumo particular, que apenas se distingue do consumo de famílias pelo facto de estar fora do seu ambiente habitual. O Sistema Nacional de Contas distingue dois conceitos diferentes de consumo das famílias: a despesa de consumo final das famílias e o consumo final efetivo das famílias. A despesa de consumo final de famílias inclui todas as despesas realizadas pelas famílias a partir dos seus próprios recursos monetários (rendimentos recebidos; consumo de bens e serviços, inclusive para fins turísticos); enquanto o consumo final efetivo das famílias acrescenta à despesa de consumo final as transferências sociais em espécie recebidas das administrações públicas e das instituições sem fins lucrativos ao serviço das famílias (OMT, 1999a).

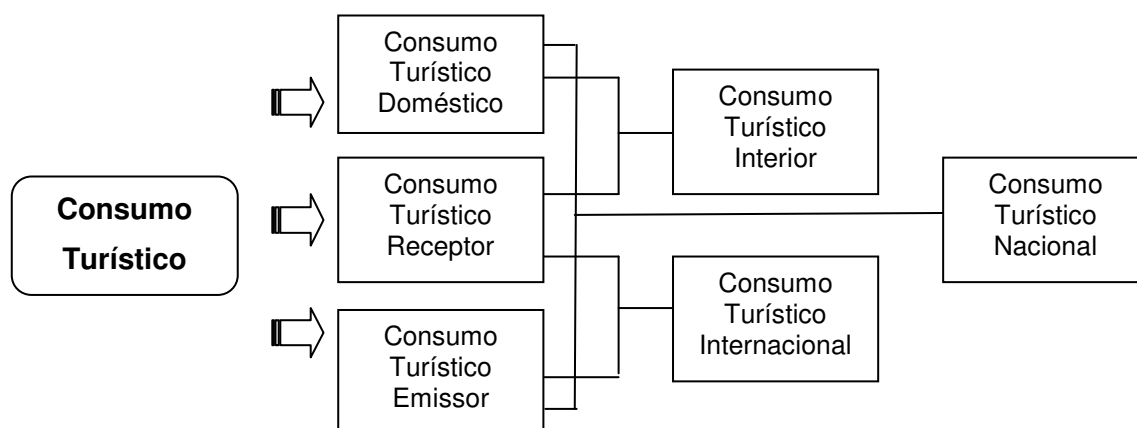


Figura 2.3: Componentes do Consumo Turístico

Fonte: Adaptado de Eusébio (2006); OMT (1999a); Lima (2008)

De acordo com a Figura 2.3, existem três tipos de consumo resultante das despesas efetuadas pelos visitantes na respetiva viagem: consumo turístico doméstico (ou interno); consumo turístico recetor; e consumo turístico emissor, cuja definição é possível encontrar na Tabela 2.4. A correlação de alguns destes consumos vai definir o consumo turístico interior (consumo turístico doméstico + consumo turístico recetor), o qual engloba todas as despesas de consumo efetuadas pelos visitantes da economia de compilação, quer sejam residentes ou não; o consumo turístico nacional (consumo turístico doméstico + consumo turístico emissor), o qual diz respeito ao consumo turístico dos visitantes residentes, independentemente do país onde se realiza; e o consumo turístico internacional, que inclui o consumo turístico recetor e o consumo turístico emissor.

Tabela 2.4: Classificação dos diferentes tipos de consumo turístico

Tipo de Turismo	Conceito
Consumo Turístico Interno/Doméstico	Consumo turístico resultante das viagens efetuadas pelos visitantes residentes no interior do seu país de residência;
Consumo Turístico Emissor	Consumo turístico que resulta das viagens efetuadas pelos residentes de um dado país, noutros países estrangeiros;
Consumo Turístico Recetor	Consumo Turístico resultante das viagens efetuadas pelos visitantes não residentes para e no interior do nosso país.

Fonte: OMT (1999a)

Segundo a OMT (1999a), o Turismo é sobretudo um conceito de procura, mais precisamente, um conceito de consumo. O consumo turístico encontra-se relacionado com os indivíduos que viajam para fora do seu ambiente habitual, embora a aquisição de bens e serviços possa ocorrer no ambiente habitual de residência, quer devido à natureza do bem ou serviço comprado (ex. bilhete de avião) ou pelo facto desta aquisição, relacionada com a viagem, ocorrer antes ou depois desta. Contudo, não é fácil determinar o local onde o consumo turístico foi efetuado. Deste modo, é fundamental localizar geograficamente estas despesas de forma a analisar os efeitos económicos) provocados pelo sector turístico.

O consumo turístico individual pode ser realizado antes, durante e após a viagem, desde que a sua relação com a viagem esteja claramente estabelecida pelo visitante. Ao passo que o indivíduo vai tomando a decisão da viagem, criando um fluxo de despesas relacionadas com esta, tal como informação sobre como viajar, sobre o que fazer no destino, compra antecipada de bens e serviços (roupa, vacinação, acessórios para a viagem) que irão ser úteis e precisos para a viagem, já inicia o seu processo de consumo turístico, desde que este associe a despesa executada à viagem prevista.

Assim sendo, o consumo turístico é o núcleo da avaliação económica do turismo, tal como o visitante é o núcleo da atividade turística. Tal como já foi referido, o consumo turístico engloba as despesas efetuadas por um visitante, quer antes, durante ou após a viagem. No caso específico das empresas, com a deslocação do seu pessoal em viagens de negócios, são consideradas como consumo intermédio das empresas, visto que é considerado benefício para as próprias empresas e as despesas que originam entram nos seus custos de produção (Cunha, 2006).

2.4.1.2. Consumo Turístico Coletivo

O Consumo Turístico Coletivo consiste num conjunto de despesas das entidades públicas em serviços coletivos não mercantis utilizados pelos visitantes, assim como atividades produtivas que acompanham esses serviços (Lima, 2008). São exemplos de despesas a incorporar nesta componente da procura turística, as despesas realizadas pelas autoridades públicas a nível nacional, regional e local, relacionadas com a “promoção turística, planificação geral e coordenação relativa a assuntos turísticos, elaboração de estatísticas e informação de base sobre o turismo, administração de agências de informação, controlo e regulamentação dos estabelecimentos em contacto com os visitantes, controlo específico dos visitantes que proveem do exterior e serviços específicos de defesa civil para a proteção dos visitantes” (OMT, 1999a: 81).

Segundo a OMT (1999a: 34), os serviços coletivos não mercantis refletem as seguintes características:

- Podem ser fornecidos em simultâneo aos membros de uma determinada comunidade, assim como aos habitantes de uma dada região ou localidade específica;
- A sua utilização não requer nenhum acordo explícito ou participação ativa de todos os indivíduos envolvidos;
- A prestação de um serviço coletivo a um dado indivíduo não reduz o montante dos outros indivíduos da mesma comunidade, não existindo portanto rivalidade no consumo;

Deste modo, e tendo em conta este ultimo tópico, não existe meio de identificar os beneficiários dos diversos serviços coletivos, assim como o valor e a quantidade usufruída por cada beneficiário.

2.4.1.3 Formação Bruta de Capital Fixo

Segundo o Sistema de Contas Nacionais de 1993, a Formação Bruta de Capital Fixo engloba as aquisições líquidas de cessões, efetuadas por produtores residentes, de ativos fixos durante um determinado período e determinadas mais-valias dos ativos não produzidos, obtidas através da atividade produtiva de unidades produtivas ou institucionais. Os ativos fixos são ativos corpóreos ou incorpóreos resultantes de processos de produção, que são por sua vez utilizados, de forma repetida ou continuada, em processos de produção por um período superior a um ano (OMT *et al*, 2008).

A Formação Bruta de Capital Fixo incorpora os ativos fixos produzidos especificamente para o turismo (Hotelaria; Restauração; Transportes; Agências de Viagens e Operadores turísticos), dentro qual se insere o (a) Investimento efetuado pelo ramo de atividade do turismo em ativos fixos corpóreos não específicos para o turismo (ex.: sistema informático do Hotel; lavandarias); e as (b) Infraestruturas, criadas essencialmente por “autoridades públicas com o objetivo de favorecer o turismo” (OMT, 1999a: 36); e ativos não produzidos, que constituem os ativos não financeiros que não surgiram através do processo produtivo (terrenos, marcas adquiridas pelo sector turístico).

2.4.2 Oferta Turística

Sob o ponto de vista da oferta, o Turismo é visto como um conjunto de bens e serviços que procuram satisfazer as necessidades dos turistas, embora a variedade de motivações que incentivam essas deslocações, assim como as características peculiares das necessidades dos viajantes não permitam delimitar claramente os contornos da oferta turística (Cunha, 2006). Deste modo, no estudo económico da oferta turística, surgem dificuldades na determinação dos bens e serviços que fazem parte da atividade turística e que são objeto de procura por parte dos visitantes (Lima, 2008). Estas dificuldades derivam do facto das unidades produtoras de bens e serviços turísticos estarem repartidas por vários ramos económicos, pois tal como defendem inúmeros autores (Murphy, 1995; Cooper *et al*, 2005; Leiper, 1979, 1990), a oferta turística é fragmentada, devido à existência de inúmeros tipos de negócios e diversos níveis de industrialização, embora todos partilhem o objetivo de satisfazer os visitantes.

2.4.2.1 Produção Turística

Em qualquer outro mercado é relativamente fácil verificar os bens que são objeto de compra, mesmo que sejam bens imateriais, o que de facto não se verifica no sector turístico, no qual se verificam consumos que, por um lado, satisfazem as necessidades dos turistas e dos não-turistas e, por outro lado, refletem sobre bens ou serviços produzidos, em exclusivo, para as necessidades da comunidade local (Cunha, 2006).

O Sistema Nacional de Contas (SNC, 1993) reconhece este tipo de dificuldade e recomenda que, no desenvolvimento de uma CST, deve-se ter em conta a análise da despesa turística por produto e procurar identificar as atividades que fornecem esse tipo de bens e serviços. Deste modo, torna-se fundamental a distinção dos seguintes conceitos (OMT, 1999a):

- Produtos característicos do turismo, que correspondem a todos os produtos, cuja existência ou consumo, seriam postos em causa, ou diminuiria de forma significativa, na ausência do sector turístico;
- Produtos conexos do turismo, os quais são consumidos em quantidade significativa pelos visitantes, embora a sua existência não seja posta em causa na ausência do turismo;
- Produtos específicos do turismo que corresponde ao conjunto dos produtos característicos do turismo e dos produtos conexos do turismo;

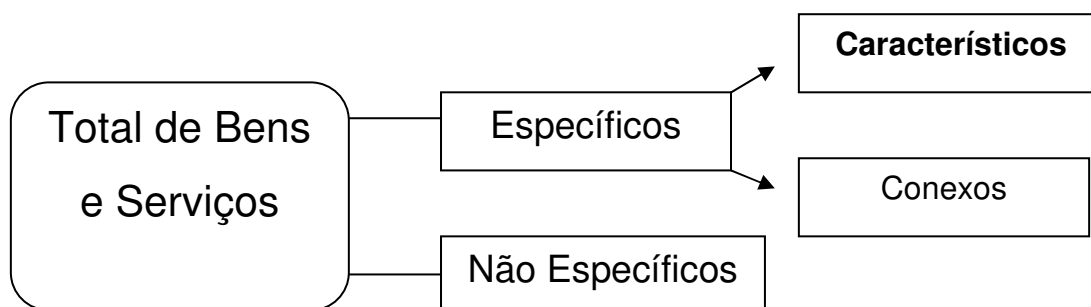


Figura 2.4: Classificação dos bens e serviços consumidos pelos visitantes

Fonte: adaptado de OMT (1999a)

Deste modo, o SNC recomenda, inicialmente, a definição de bens e serviços considerados específicos do turismo (Anexo 2). É, de facto, importante a distinção entre os dois tipos de bens e serviços, nomeadamente os que são característicos do sector, e os bens e serviços conexos ao turismo (Figura 2.4). A diferença precisa entre ambos depende inclusive da organização económica de um determinado país e do respetivo objetivo da CST. Segundo a OMT (1999a), a CST propõe, num nível agregado, que se efetue uma determinação comum dos bens e serviços característicos, solicitados com o objetivo de se publicar resultados, para que possam ser objeto de comparações internacionais, embora cada país possa estabelecer a sua própria lista de bens e serviços específicos, assim como característicos e conexos.

Por sua vez, Smith (1988) defende que o turismo é composto por um agregado de atividades de negócios que direta ou indiretamente fornecem bens ou serviços que suportam as atividades de lazer e negócio, realizadas fora dos locais de residência habitual. Categorizou os bens e serviços consumidos pelos visitantes em dois grupos: (I) bens e serviços que estão fortemente relacionados com o turismo pelo que não sobreviveriam sem esta atividade; (II) bens e serviços que são consumidos, quer por visitantes, quer por residentes. Assim, sob a perspetiva deste autor, este tipo de abordagem do turismo permite avaliar a sua verdadeira dimensão, assim como compará-

la com a de outras atividades económicas, possibilitando uma avaliação técnica deste fenómeno, consistente com a de outras atividades económicas.

Assim sendo, no desenvolvimento de uma CST a principal ênfase no estudo da produção consiste na análise das atividades e dos produtores característicos, na medida em que estes produzem o produto principal do turismo, através do qual é possível estabelecer uma comparabilidade possível e significativa, a nível internacional.

Tabela 2.5: Produtos Característicos e atividades características

Produtos característicos e atividades características
Serviços de alojamento: <ul style="list-style-type: none">• Hotéis e outros serviços de alojamento;• Serviços de residência secundária por conta própria ou gratuita;
Serviço de Restauração (alimentação e bebidas);
Serviços de Transportes <ul style="list-style-type: none">• Serviço de Transporte ferroviário interurbano;• Serviço de Transporte rodoviário;• Serviço de Transporte marítimo;• Serviço de Transporte aéreo;• Serviços de suporte aos transportes de passageiros;• Serviço de manutenção e reparação do equipamento de transporte de passageiros;
Serviço de Agência de Viagens, Operadores Turísticos e Guias Turísticos <ul style="list-style-type: none">• Serviço de Agências de Viagens;• Serviço de Operadores Turísticos;• Serviço de informação turística e guias turísticos;
Serviços culturais: <ul style="list-style-type: none">• Artes;• Museus e outros serviços culturais;
Serviços recreativos e outros serviços de lazer: <ul style="list-style-type: none">• Serviços desportivos e recreativos
Serviços de Turismo mistos: <ul style="list-style-type: none">• Serviços financeiros;• Outros serviços e aluguer de bens;• Outros serviços de turismo;

Fonte: OMT (1999a: 125); Eusébio (2006)

Apesar da lista de base da CST (Tabela 2.5) tornar mais fácil os países ajustarem os seus produtos e atividades característicos, por outro lado, tal como refere a OMT (1999a: 124), “estes produtos e atividades definidos desta forma perdem uma grande parte da sua especificidade relativamente ao turismo”. Por outro lado, outros produtos que são considerados importantes (ex.: combustível) são excluídos da categoria de produtos ou atividades característicos do turismo e, conseqüentemente, são considerados como bens conexos ao turismo. Contudo, um aspeto fundamental, quer das atividades característicos, quer das atividades conexas do turismo, é o facto de que devem dirigir-se aos visitantes, isto é, deve existir um contacto direto entre o fornecedor do serviço e o consumidor (OMT, 1999a).

Segundo o Quadro conceptual da CST desenvolvida pela OMT (1999a), qualquer país que pretende implementar uma CST, pode definir e elaborar as suas próprias classificações e lista de atividades características e conexas do turismo, para uso interno, utilizando como guia para essa definição o Código dos Produtos Turísticos (CPT) para os produtos, e a Classificação Internacional de Atividades Turísticas (CITAT) para as atividades.

Deste modo, de acordo com o critério de determinação dos produtos característicos e conexas do turismo, algumas atividades podem, de facto, ser consideradas características ou conexas, tendo em conta a importância atribuída pelos visitantes (OMT, 1999a). Desta forma, o próprio consumo turístico interior dos visitantes vai definir a importância de uma atividade turística, tornando-se deste modo, fundamental identificar exaustivamente todas as atividades produtivas que fornecem bens e serviços aos turistas e, posteriormente, identificar a intensidade dos consumos turísticos dessas atividades face aos consumos não turísticos. Consequentemente, torna-se fundamental a existência de informações relativa aos consumos turísticos, embora na realidade isso não aconteça, visto que a ausência deste tipo de informações dificulta o desenvolvimento de métodos de abordagem das atividades turísticas pelo lado da produção. Assim sendo, atualmente, ainda não é possível dispor de dados completos acerca dos consumos totais dos visitantes, impossibilitando a identificação de todas as atividades económicas que fornecem bens e serviços aos visitantes (Eusébio, 2006).

2.4.2.2 Valor Acrescentado Bruto (VAB)

O valor acrescentado permite avaliar a importância económica de uma atividade produtiva. Assim sendo, este indicador permite identificar a importância económica do sector turístico. Segundo a OMT (1999), o Valor Acrescentado Bruto é definido como o valor da produção subtraído do valor do consumo intermédio; e o Valor Acrescentado Líquido é definido como o Valor Acrescentado Bruto subtraído do consumo do capital fixo. Quando o objetivo é avaliar o valor adicional criado durante o processo produtivo, o Valor Acrescentado deve ser medido de forma líquida, na medida em que o consumo de capital fixo constitui um custo de produção. No entanto, o consumo de capital fixo pode ser, na prática, difícil de avaliar ou de estimar de forma satisfatória e, deste modo, também o Valor Acrescentado líquido. Para o desenvolvimento da Conta Satélite do Turismo, a avaliação adotada é o Valor Acrescentado Bruto.

“O Valor Acrescentado é uma medida associada a um processo produtivo considerado no seu conjunto, ou seja, uma combinação de *inputs*, de bens de capital, de mão-de-obra e de tecnologia, com o objetivo de se obter uma combinação de produtos finais (*outputs*) (OMT, 1999a: 45).

Tal como para outros ramos de atividade, é possível calcular de forma precisa o Valor Acrescentado dos ramos de atividades turísticas, permitindo avaliar a importância económica do turismo de uma forma comparável ao Valor Acrescentado de outros ramos de atividade. Para caracterizar a oferta turística num dado território, são utilizados três indicadores, ligeiramente diferentes mas que se complementam mutuamente, nomeadamente, o Valor Acrescentado dos Ramos de Atividade do Turismo (VARAT); Valor Acrescentado do Turismo (VAT) e o Produto Interno Bruto (PIB) desenvolvido pelo consumo turístico (PIB do turismo).

O Valor Acrescentado dos Ramos de Atividade do Turismo (VARAT) corresponde à síntese do Valor Acrescentado de todos os produtos característicos do turismo, independentemente do consumo turístico (total ou apenas uma parte da produção fornecida aos visitantes). Contudo, segundo a OMT (1999a) este indicador é, provavelmente, inadequado para medir o sector do turismo numa economia nacional, visto que os produtos turísticos não se definem pela sua natureza particular, mas sim pelo objeto do consumidor no momento de compra. Assim sendo, existe uma diferença significativa entre a produção dos ramos de atividade do turismo e o consumo turístico interior e, consequentemente, o valor acrescentado dos ramos de atividade turística podem distorcer o valor acrescentado efetivamente atribuído pela atividade turística de um país.

O Valor Acrescentado pode ser associado ao valor de uma parte da produção de uma unidade produtiva e, deste modo, o Valor Acrescentado do Turismo (VAT) é definido como o valor acrescentado desenvolvido numa economia a partir dos ramos de atividade do turismo e outros ramos de atividade, em consequência do consumo turístico interior. O VAT inclui a parte do valor acrescentado desenvolvido no processo de fornecimento de bens e serviços diretamente aos visitantes, a potenciais visitantes ou a terceiros, por todos os ramos de atividade, inclusive de ramos de atividade não turística. Segundo a OMT (1999a), o VAT deve ser obtido a partir de inquéritos aos visitantes e outras técnicas, a partir das quais seja possível definir qual a parte do produto de um estabelecimento que é consumida pelos visitantes. Deste modo, torna-se particularmente

difícil diferenciar o valor acrescentado turístico do não-turístico, pelo simples facto de um estabelecimento poder produzir produtos secundários que não são fornecidos aos visitantes, mas que acrescentam valor ao estabelecimento.

2.4.2.3. Produto Interno Bruto do Turismo

Segundo o SCN (1993), o valor acrescentado é estabelecido a preços base, ou seja, a produção é valorizada excluindo os impostos líquidos sobre os produtos (impostos indiretos – subsídios) e os *inputs* são valorizados a preços de mercado (incluindo todas as taxas sobre os produtos). Contudo, como as despesas relacionadas com o consumo são valorizadas a preços de mercado (todos os impostos líquidos), pelo SCN, existe uma parte dos impostos do país sobre os produtos e receitas de importação que está relacionada com o consumo turístico (OMT, 1999a).

Deste modo, o PIB corresponde à soma do Valor Acrescentado, gerado por todas as atividades produtivas a preço base, mais os impostos líquidos sobre os produtos e as importações. No que diz respeito à soma do valor acrescentado, gerado pelos ramos de atividade turística e outras atividades, mais o montante dos impostos líquidos sobre os produtos e importações, estamos a referir-nos ao PIB do turismo, ou seja, ao PIB provocado pelo consumo turístico: $PIBT = VABT + \text{Impostos líquidos relacionados com o consumo turístico}$ (Tabela 2.6).

Tabela 2.6: Relação entre os diferentes agregados económicos que caracteriza a dimensão dos ramos de atividade do turismo

Agregados do Turismo	Valor Acrescentado dos Ramos de Atividade do Turismo	Valor Acrescentado do Turismo	PIB do Turismo
Valor Acrescentado (preços base) criados pela oferta aos visitantes pelos ramos de atividade do turismo	√	√	√
Valor Acrescentado (preços base) criados pela oferta aos não visitantes pelos ramos de atividade do turismo	√	X	X
Valor Acrescentado (preços base) criados pela oferta aos visitantes pelos ramos de atividade não turísticos	X	√	√

Agregados do Turismo	Valor Acrescentado dos Ramos de Atividade do Turismo	Valor Acrescentado do Turismo	PIB do Turismo
Valor Acrescentado (preços base) criado pela oferta aos não visitantes pelos ramos de atividade não turística	X	X	X
Impostos líquidos sobre os produtos e importações incluídos no valor do consumo turístico (preços de mercado)	X	X	√

Fonte: adaptado de OMT (1999a: 64)

Em suma, o indicador que caracteriza o turismo do lado da oferta é o VARAT, enquanto o VAT e o PIB são consequência da aproximação da oferta e do consumo, requisito fundamental para a construção da CST. Apesar destes dois últimos indicadores também fornecerem uma visão da importância económica do turismo num país (ex.: PIB ao nível da atividade produtiva), estes não se referem ao turismo enquanto atividade produtiva, capaz de ser comparada com outras atividades económicas do SNC.

2.4.3 Emprego

A informação relativa ao Emprego é considerada de elevada importância para qualquer indústria, sobretudo para o Turismo. Deste modo, os dados sobre o emprego no turismo são importantes para análise quer por parte das próprias empresas turísticas, quer para o próprio Estado, de modo a compreender as dinâmicas subjacentes (tipo de emprego, idade, sexo, educação, ocupação, etc.). O sector turístico oferece uma variedade de ocupações, desde baixas qualificações e baixo valor acrescentado, até às mais elevadas qualificações e respetivo valor acrescentado para as empresas (OECD, 2000).

Um fator-chave adicional relacionado com o emprego turístico é o facto de que este sector é ainda mais difícil de medir do que outros sectores económicos. A razão relacionada com este facto deve-se ao emprego turístico ser caracterizado por um ou mais dos seguintes fatores: sazonalidade; *part-time*; horário incomum; baixos salários; e falta de medidas reguladoras face ao trabalho ilegal. O emprego em turismo é, muitas vezes, marcado pelo grau de formação desproporcional entre proprietários / gestores, assim como trabalhadores de conta própria (sobretudo em hotéis, restaurantes, cafés e outras indústrias turísticas com baixas barreiras de entrada), os quais trabalham com um

contrato para um tempo específico, mas não existe nenhuma relação formal entre empregado/empregador (OECD, 2000).

Segundo Cunha (2006: 436), como o emprego é uma variável associada ao processo de produção, “os empregos gerados pelos ramos de atividade turísticas não cobrem a totalidade dos empregos gerados pela procura turística, em virtude do consumo turístico interior ser superior ao consumo de produtos característicos do turismo (...) daí que a CST só tenha em conta o cálculo do emprego total nos ramos de atividade do turismo”. De acordo com a OMT (1999a), os empregos dos ramos de atividade do turismo, indicador que muitos países são capazes de produzir, é considerado um indicador inadequado, devido às discrepâncias entre o consumo turístico interior e a oferta das atividades turísticas características.

Segundo o SCN (1993), o emprego pode ser descrito através de três diferentes indicadores: número de empregos; número total de horas trabalhadas; e o emprego equivalente a tempo inteiro. O primeiro encontra-se relacionado, de facto, com o número de empregos, ou seja, “as atividades exercidas, tendo em contrapartida uma remuneração, tendo por base contratos explícitos ou implícitos e as unidades institucionais”. Contudo, o número de empregos não corresponde ao número de pessoas empregadas, pois um indivíduo pode ter mais de um emprego nos ramos de atividade turística ou em outras atividades não características do turismo. Quanto ao número total de horas trabalhadas trata-se de uma medida padrão para a produtividade do trabalho, constituindo “a soma das horas trabalhadas durante um ano pelos empregados e pelos trabalhadores independentes” (OMT, 1999a: 46). Tendo em conta que os empregos não requerem o mesmo número de horas trabalhadas, este indicador é diferente do anterior, permitindo comparações mais válidas entre as atividades produtivas e entre os diversos países. O terceiro e último indicador refere-se ao número de empregos equivalente a tempo completo, ou seja, o número de horas trabalhadas dividido pela média anual das horas trabalhadas nos empregos a tempo completo (OMT, 1999a).

Tal como já foi referido, as flutuações sazonais têm forte influência no emprego turístico e, deste modo, podem ser utilizados diversos indicadores na avaliação do emprego, os quais se complementam, embora possam não ter uma aplicação geral na economia: número mensal de postos de trabalho; proporção do emprego a tempo inteiro face ao emprego a *part-time*; proporção do emprego permanente face ao emprego sazonal e o número total de horas de trabalho (OMT, 1999a).

Segundo a OECD (2000) é necessário ter em conta que o emprego total das indústrias características do turismo não tem necessariamente que equivaler ao emprego gerado pela procura turística. Visto que o emprego turístico está estritamente relacionado com os bens e serviços adquiridos por visitantes e produzidos pelos ramos de atividade do turismo ou outras, não é diretamente observável. Deste modo, a CST recomenda a estimativa do emprego nas indústrias do turismo (OMT *et al*, 2008).

2.4.4 Quadros e Tabelas

Segundo a OECD (2000), a CST é um conjunto de 14 tabelas interligadas, contendo cada uma, um indicador económico diferente do turismo. Por outro lado, a CST sugerida pela OMT e EUROSTAT (Jones & Munday, 2004; WTO *et al*, 2008) é composta por 10 tabelas (Tabela 2.7), que constituem o centro de todo o processo de reconciliação da informação económica mais relevante relacionada com o turismo, assim como de comparações internacionais relativamente à contribuição económica do turismo para o desenvolvimento e crescimento de um país.

Tabela 2.7: Tabelas propostas para a concretização da CST, pela OMT e OECD.

Agregados	Metodologias Propostas	
	OMT – 10 tabelas	OECD – 14 tabelas
Procura Turística:		
Consumo Turístico	Tabela 1 – Consumo Turístico recetor, por produtos e tipo de visitantes; Tabela 2 – Consumo Turístico doméstico, por produtos, tipo de visitantes e tipo de viagem; Tabela 3 – Consumo turístico emissor, por produtos e tipo de visitantes; Tabela 4 – Consumo turístico interno, por produtos;	Tabela 2 – Oferta e Procura Turística, por tipo de alojamento e tipo de visitante (preços correntes) Tabela 10 – Oferta e Procura turística por tipo de alojamento e por tipo de visitante (preços anteriores) Tabela 3 – Oferta Turística por atividades características do Turismo e outras indústrias para conhecer a procura turística por tipo de visitantes (preços correntes) Tabela 6 – Características dos visitantes;
Consumo Coletivo	Tabela 9 – Consumo Turístico Coletivo, por produtos e níveis de Governo	Tabela 11 – Oferta Turística por atividades características do turismo e outras indústrias (preços anteriores)
Formação Bruta Capital Fixo	Tabela 8 – Formação Bruta de Capital Fixo do turismo e outras indústrias	Tabela 7 – Aquisição bruta de capital das indústrias características do turismo (preço corrente) Tabela 8 – Stock bruto de capital das indústrias características do turismo (preço corrente) Tabela 13 – Aquisição bruta de capital das indústrias características do turismo (preço anterior) Tabela 14 – Stock bruto de capital das indústrias características do turismo (preço anterior)
Oferta Turística		
Valor Acrescentado do Turismo	Tabela 6 – Oferta e Consumo turístico interior, por produtos;	Tabela 4 – Valor Acrescentado turístico das atividades características do turismo e outras indústrias (preço corrente); Tabela 12 – Valor acrescentado turístico das atividades características e outras indústrias (preços do período anterior)
Produção Turística	Tabela 5 – Contas de Produção das indústrias do Turismo e outras indústrias;	Tabela 1 – Contas de Produção das indústrias características do Turismo (preço corrente); Tabela 9 – Contas de Produção das indústrias características do Turismo (preço do período anterior)
Emprego	Tabela 7 – Emprego nas indústrias Turísticas	Tabela 5 – Emprego turístico das indústrias características e outras indústrias;
Outros	Tabela 10 – Indicadores não monetários	

Fonte: OMT (1999a); OECD (2000)

Segundo a OECD (2000), a CST foi concebida de modo a que nem todos os seus elementos económicos tenham de ser desenvolvidos inicialmente, na medida em que, os seus elementos e tabelas individuais podem ser gradualmente construídos. As respetivas tabelas da CST encontram-se inteiramente relacionadas e, deste modo, a informação pode ser levada e vista de umas tabelas para outras, permitindo que o papel do turismo na atividade económica e do emprego possa ser facilmente identificado (OECD, 2000)

A partir das respetivas tabelas é possível obter informações valiosas, tais como: “o que os visitantes compram?”; “Quais as indústrias mais afetadas por essas compras?”; “Quais as características das pessoas empregadas no sector do turismo?”; “Qual a sua remuneração média?”; “Qual o capital para formação disponibilizado pelas indústrias do turismo?”; “Qual o valor acrescentado deste sector para as restantes indústrias?” (OECD, 2000).

A partir destas tabelas é possível obter uma visão compreensível do sector turístico como um fenómeno socioeconómico (OECD, 2000). As tabelas 1, 2 e 3 proporcionam uma grande parte dos dados económicos básicos do turismo e, deste modo, são fundamentais para verificar a dimensão deste sector (OECD, 2000). No caso da OMT, estas três tabelas centram-se no consumo turístico e, mais especificamente na parte da procura, enquanto na OECD variam entre as contas de produção das indústrias características (tabela 1); Oferta e Procura Turística por tipo de Alojamento (tabela 2); e Oferta Turística por atividades características do Turismo (tabela 3), albergando quer componentes da procura turística (tabela 2 e 3), quer da oferta turística (tabela 1). Contudo, a maior diferença concentra-se no elevado número de tabelas que a OECD apresenta, nomeadamente a 9, 10, 11, 12, 13 e 14 que constituem medidas de volume das tabelas 1, 2, 3, 4, 5, 7 e 8. A importância destas medidas de volume ao longo de séries temporais é reconhecida por economistas e outros usuários das contas nacionais como uma forma mais fácil de compreensão da graduação do crescimento, não apenas em relação à série temporal a ser analisada, mas também relativamente a outros aspetos da economia (outras indústrias, serviços) (OMT, 1999a).

No respetivo documento, são analisados os indicadores económicos sob o ponto de vista da metodologia proposta pela Organização Mundial de Turismo, tendo em conta as dez tabelas de análise e, mais concretamente o consumo turístico individual da região do Alentejo.

2.5 Nível de implementação da Conta Satélite de Turismo a nível Internacional

2.5.1 Análise Espacial

Medir o papel do turismo na economia de um País é uma tarefa deveras complexa (OMT, 2001; EUROSTAT, 2006; OECD, 2000), na medida em que este sector constitui uma amálgama de indústrias, tais como os transportes, alojamento, restauração e bebidas, agência de viagens e operadores turísticos (Ahlert, 2004; Smeral, 2006; OMT, 1999a; Wong & Yew, 2006). Contudo, desde as últimas três décadas, são inúmeros os países que procuram estimar os impactos económicos do turismo, utilizando diversas medidas, definições e metodologias (Frechtling, 1999).

Segundo Libreros *et al* (2006), é crescente o número de países que desenvolve a CST, seguindo, maioritariamente, a metodologia da obra *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*. De acordo com a OMT, foram identificados, em 2001, 44 países envolvidos no desenvolvimento da CST, dentro dos quais apenas seis possuíam uma CST desenvolvida na íntegra, na medida em que alguns visavam desenvolver dentro de um curto período de tempo, e outros já tinham, recentemente, desenvolvido estudos relevantes sobre a importância económica do turismo (Libreros *et al*, 2006).

Na preparação da conferência internacional de estatísticas do turismo “*The Tourism Satellite Account (TSA): Understanding Tourism and Designing Strategies*”, em 2005, a OMT iniciou um processo de pesquisa e lançamento de questionários para 60 países que estariam a desenvolver uma CST (OMT, 2010). Após a conferência, a OMT solicitou um conjunto de esclarecimentos e informações sobre o projeto da CST aos países que haviam respondido ao primeiro questionário. Consequentemente, obteve algumas respostas acerca de potenciais mal entendidos na leitura do quadro conceptual desenvolvido pela OMT em 2001, facto que contribui para o desenvolvimento, aperfeiçoamento e atualização das recomendações oficiais existentes atualmente, conduzindo à publicação de *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*, de 2008. Em Agosto de 2008, a OMT enviou questionários para 84 países, dos quais havia informação de que estavam a desenvolver uma CST. Contudo, apenas 48 países responderam, dos quais apenas 39 (Figura 2.5) tinham, de facto desenvolvido ou estavam em processo de desenvolvimento da CST.

Países com CST desenvolvida ou em desenvolvimento		
Austrália	Finlândia	Marrocos
Áustria	França	Nova Zelândia
Canadá	Honduras	Omã
Chile	Holanda	Peru
China	Índia	Polónia
Colômbia	Indonésia	Roménia
Cuba	Irlanda	Arábia Saudita
Chipre	Israel	Eslováquia
Republica Checa	Japão	Eslovénia
Dinamarca	Cazaquistão	Espanha
Equador	Letónia	Suécia
Egipto	Lituânia	Suíça
Filipinas	México	E. U. América

Figura 2.5: Número de países que possuem CST ou encontra-se em desenvolvimento

Fonte: OMT (2010)

Além destes definidos pela OMT, oito países europeus foram acrescentados pelo EUROSTAT, dentro dos quais se destaca Portugal (Figura 2.6), assim como cinco países asiáticos pelo APEC (*Ásia-Pacific Economic Cooperation*), em 2010 (OMT, 2010).

EUROSTAT		APEC
Bélgica	Alemanha	Hong Kong, China
Estónia	Grécia	Coreia do Sul
Hungria	Itália	Malásia
Portugal	Reino Unido	Singapura
		Taiwan, China

Figura 2.6: Países europeus e asiáticos acrescentados pelo EUROSTAT e APEC pelo desenvolvimento de uma CST

Fonte: OMT (2010)

Na Tabela 2.8 foram analisados 62 países, tendo em conta a data de implementação da CST, embora em alguns seja referente à data de início do projeto, o qual pode ainda não ter sido concluído. Foram também incluídos os anos de referência de estudo e, em alguns casos, as respetivas metodologias abordadas.

Tabela 2.8: Cronologia de implementação da CST em diversos países

Datas	Países
Década de 60 – 80 do século XX	França: <ul style="list-style-type: none"> Década 60 – primeiro país a desenvolver “contas satélites” no seu SCN; 1979 – Desenvolvimento de contas satélites e planos operacionais para quantificar os impactos económicos do turismo; (12) Direção de Turismo elabora a primeira CST, desde meados de 1980 (2), desintegrada do Sistema de Contas Nacionais (1) 1988 – Criação da Comissão de Contas do Turismo em França; (2)
1985	Suécia procura desenvolver uma CST, mas era limitada à oferta turística (2)
1994	Canadá publica os primeiros resultados referentes à CST, para o ano de 1988, revista e atualizada de 4 em 4 anos (1992, 1996, 1998, 2000) (2)
1995	Finlândia desenvolve a CST nacional, tendo em conta as 10 tabelas propostas pela OMT (1) Reino Unido inicia o estudo de viabilidade da CST; (3) Suécia dá continuidade ao projeto de produção de uma CST; revista e atualizada de acordo com novas versões dos manuais da OMT e OECD em 2000; (3)
1996	Canadá desenvolve uma Conta Satélite de Turismo a nível regional (1) Noruega termina o projeto da CST, com base nas recomendações internacionais, construída para todos os anos, entre 1988 até 1996; (2)
1997	Austrália desenvolve uma CST para os anos 1997/1998, publicada em Outubro de 2000, revista anualmente até 2007 (1) Polónia completou a compilação de uma CST experimental, com base na metodologia da OECD, cuja metodologia foi revista em 2001; (3) Cuba inicia um exercício de cálculo e estatística relativa ao turismo, sob domínio das Contas Nacionais, embora sem informação relativa à publicação de uma CST desenvolvida na íntegra; (1)
1998	México implementa a CST, como uma extensão do SCN (2) E.U.A publica em Julho um protótipo da CST (2), desenvolvida desde 1990 (1), publicada anualmente desde 1998 até ao terceiro trimestre de 2008; (1)
1999	Austria desenvolve a primeira CST, revista anualmente até 2005 (1) Hungria inicia a compilação da CST, publicada em 2004; (3) Nova Zelândia implementa a CST, referente a 1995 (2) Filipinas inicia a compilação da CST, abrangendo os anos de 1994-1998; (1)
2000	Alemanha desenvolve um estudo piloto da CST, publicado em 2003 com o título “ <i>Introduction of a Tourism Satellite System in Germany</i> ” (3) Estónia desenvolve estimativas para os anos de 2000-2002 apenas para alguns agregados (consumo turístico Interno; contribuição para o PIB e VAB) (3) Coreia desenvolve a primeira CST em Fevereiro de 2000 (dados de 1998) (4)
2001	Marrocos apresenta o relatório final da CST relativa ao ano de 1998, seguida dos anos 2001; 2003 e 2005; (1) Eslovénia desenvolve um estudo de viabilidade para a implementação da CST, terminado em 2004; (1) Namíbia desenvolve um estudo preliminar para o desenvolvimento de uma CST, tendo sido desenvolvida na íntegra em 2006; (6)

Datas	Países
2002	<p>Irlanda inicia o seu projeto de viabilidade (<i>"First Steps TSA Project"</i>) da CST, cujo relatório final data de 2004; (3)</p> <p>ISTAT (Italian National Institute of Statistics) desenvolveu um estudo piloto da CST para a Itália – <i>"The Italian Tourism Satellite account: a Preliminary Study about the Statistical Sources and Methodology"</i>; (1)</p> <p>Holanda conduz o primeiro projeto-piloto, incluindo o estudo de viabilidade, para a CST; (3)</p> <p>Espanha implementa a primeira CST (dados 1995), a qual é revista e publicada anualmente; (3)</p> <p>Suíça publica a primeira CST, como parte de um projeto-piloto e com base no ano de 1998 (5)</p> <p>Equador implementa uma CST relativa aos anos de 1993-2001; (1)</p> <p>China implementa uma CST a nível da região de Jiangsu, utilizando as recomendações da TSA: RMF, tendo esta sido adaptada ao contexto da China; (1)</p> <p>Escócia inicia o processo de desenvolvimento de uma CST, utilizando as tabelas Input-Output do país; (8)</p>
2003	<p>Eslovénia implementa a primeira CST, com a cooperação do Ministério da Economia, Ministério da Educação e Desportos; Instituto de Estatística e o Instituto Internacional de Turismo, para 2000 (3)</p> <p>Bélgica apresenta o estudo <i>"Preparation et realisation de une etude de faisabilite en vue de une implementation de un Compte Satellite du Tourism"</i>, na sequência do desenvolvimento da CST ; Desenvolvimento da Conta Satélite do Turismo para três regiões da Bélgica (Bruxelas ; Wallonia e Flanders), referente ao ano de 2002 ; (1) (3)</p> <p>Dinamarca desenvolve a sua primeira experiência no campo da CST, para o ano de 2000; (1); (3)</p> <p>Portugal desenvolve um estudo de viabilidade da CST, terminando em 2005 com uma CST desenvolvida na íntegra; (3)</p> <p>Japão inicia o processo de compilação da CST, revista anualmente até 2007; (1)</p> <p>Cazaquistão inicia o exercício o processo de desenvolvimento das tabelas da CST, embora não inclua as tabelas 8 e 9 devido à falta de informação; (1)</p>
2004	<p>Letónia tem como referência este ano no desenvolvimento da CST, contudo, embora planeada para ser compilada anualmente, isso não aconteceu (3);</p> <p>Reino Unido implementa a primeira CST – <i>"First Steps Project"</i>; (3)</p> <p>República Checa implementa a sua primeira CST, revista e atualizada em 2005; 2006; 2007 e 2009; (1)</p> <p>Israel inicia o estudo e compilação da CST, com a cooperação do departamento das Contas Nacionais, cujos resultados foram publicados no final de 2008; (1)</p> <p>Arábia Saudita prepara o projeto experimental da CST, utilizando a metodologia da OMT; (1)</p> <p>Tasmânia desenvolve a primeira CST nacional; (11)</p>
2005	<p>Honduras publica o primeiro documento com os resultados da CST, com referência dos anos de 2000-2005; (1)</p> <p>África do Sul compila e publica a primeira CST, com base na obra TSA: RMF (2000); (1)</p>
2006	<p>Lituânia inicia a primeira fase de implementação da CST, embora esteja prevista a sua conclusão para 2012; (3)</p> <p>Índia implementa o projeto da CST, integrado nas Contas Nacionais; (1)</p> <p>Mongólia inicia o processo de desenvolvimento da CST; (9)</p>

Datas	Países
2007	<p>Grécia concluiu um estudo de viabilidade de modo a preparar a implementação da CST, compreendendo os anos de 2000 até 2007 (3)</p> <p>Chile implementa a CST referente ao ano de 2003, fazendo projeções para 2004 e estimativas para 2005; (1)</p> <p>Colômbia lança um projeto-piloto da CST, tendo como base o ano 2000; (1)</p> <p>Jordânia desenvolve a primeira CST, com base nos dados de 2006, publicada em 2008; (10)</p>
2008	<p>Luxemburgo conclui um estudo de viabilidade da CST, tendo 2005 como ano de referência no estudo; (3)</p> <p>Malta, na sequência do estudo de viabilidade realizado em 2003, inicia uma versão piloto da CST, tendo como base o ano de 2005; (3)</p> <p>Roménia termina a versão piloto da CST, tendo por base o ano de 2001, iniciada em 2004; (3)</p> <p>Chipre desenvolve uma CST experimental através da “<i>Cyprus Tourism Organisation</i>” (CTO), com dados de 2003; (1)</p> <p>Argentina inicia o projeto de desenvolvimento da CST, estabelecendo objetivos e ações para a estimativa relativa a 2008; (1)</p> <p>Egipto inicia o projeto-piloto da CST; (1)</p>
2010	<p>Eslováquia prevê a implementação da sua primeira CST completa para o ano de 2012; (3)</p> <p>Bulgária ainda se encontra numa fase inicial no desenvolvimento da CST, tendo como referência o ano de 2006; (3)</p> <p>Bahamas possui dois exercícios preliminares, utilizando os agregados da Conta Nacional, no desenvolvimento da CST; (1)</p> <p>Jamaica permanece no processo de compilação da sua primeira CST, integrada nas Contas Nacionais; (1)</p> <p>Malásia compilou dados para os anos de 2000-2007, de acordo com as recomendações de 2008 (TSA: RMF), no entanto ainda não foi aprovada e publicada; (1)</p> <p>Brasil iniciou desde 2001 um projeto de desenvolvimento da CST, no entanto, ainda não apresentou resultados; (7)</p>

Fonte: (1) OMT (2010); (2) OECD (2000); (3) EUROSTAT (2009a); (4) OECD (2002); (5) FSO & SECO (2008); (6) Namíbia Tourism Board (2008); (7) Rabahy *et al* (2008); (8) Hayes & Boag (2004); (9) Hecht (2006); (10) Hecht (2007); (11) Spurr *e tal* (2007); (12) OMT (1999a)

De acordo com a Tabela 2.8, é possível verificar o elevado crescimento de projetos-piloto da CST sobretudo no século XXI, mais especificamente, após o ano de 2000. Este facto pode dever-se ao aparecimento de recomendações internacionais, através das quais se torna mais fácil e acessível a criação de uma CST para um país. Outro fator que poderá ter contribuído para esse facto, consiste na tomada de consciência crescente da importância económica do turismo por parte das entidades gestoras e autoridades públicas. Contudo, ainda existem diversos países que estão a desenvolver as suas CST, nomeadamente, a Lituânia, Cuba (sem informação de implementação da CST), Brasil, Malásia, Jamaica, Bahamas, Bulgária e Eslováquia, alguns das quais com data prevista para a sua implementação. Por outro lado, alguns países, embora com CST desenvolvidas, não apresentam todos os indicadores económicos que são sugeridos pelas recomendações internacionais (10 tabelas), nomeadamente, o Chipre; Bélgica (nível regional); Equador; Dinamarca; Índia; Irlanda; Israel; Cazaquistão; Malásia; México;

Polónia; Roménia; Eslováquia; Eslovénia, os quais incidem mais nas primeiras tabelas da OMT (1-7), surgindo deste modo maior dificuldade no desenvolvimento das três últimas, nomeadamente, formação bruta de capital fixam do turismo, das indústrias turísticas e outras; consumo turístico coletivo, por produtos e níveis do Governo; e indicadores não monetários (Libreros, *in* OMT, 2010)

A França surge como o primeiro país a desenvolver o conceito de “Conta Satélite” no Sistema de Contas Nacional, na década de 60, inicialmente para analisar o sector do alojamento (Frechtling, 1999). Segundo a OMT (1999a), este país constitui-se pioneiro no desenvolvimento da CST, sobretudo numa fase muito precoce, na medida em que em 1976, o Secretário de Estado do Turismo encomendou a pesquisa inicial para esta temática e, em 1980, o ministro da Juventude, Desporto e Lazer apresentou a primeira Conta do Turismo ao Conselho de Ministros e, deste modo, surgiu em 1988 a Comissão de Contas do Turismo.

Seguidamente, o Canada é reconhecido pelo desenvolvimento da sua primeira CST em 1994 (OECD, 2000). De facto, o trabalho realizado por estes países durante as décadas de 1980 e 1990 foi fundamental para consolidar a posição da CST como a principal ferramenta para calcular os efeitos económicos do turismo (Frechtling, 1999; Lagos & Diakomihalis, 2008; OMT, 1999). Segundo Lagos & Diakomihalis (2008), é provável que, sem a demonstração da aplicação prática fornecida pelo Instituto de Estatísticas e pela Comissão de Turismo do Canadá, o desenvolvimento da CST estaria muito menos avançado em todo o mundo. Em 1984, o *Canadian National Task Force* cede à ideia francesa de “Conta Satélite” e em 1994, vê o lançamento da primeira CST, fornecendo dados de 1988. Pela primeira vez, as estimativas definitivas poderiam ser feitas para importantes variáveis económicas.

Assim sendo, desde então, inúmeros países dedicaram-se ao desenvolvimento da sua própria Conta Satélite do Turismo, tais como: Áustria, Chile, Colômbia, Finlândia; Itália, Bélgica; Indonésia; Israel; Filipinas e Espanha (Libreros *et al*, 2006). A nível europeu, é possível verificar na Tabela 2.9, a implementação da CST em diversos países, de acordo com a atribuição dada pelo EUROSTAT (2010: 2), nomeadamente as CST desenvolvidas totalmente e regularmente atualizadas; estudos piloto de CST nacionais desenvolvidas por completo; primeira compilação da CST e respetivos resultados empíricos; e primeira compilação da CST sem resultados empíricos.

Tabela 2.9: Nível de Implementação da CST na Europa de acordo com as atribuições dadas por EUROSTAT

Países/Situação	<i>(regularly) update fully fledged national TSA figures</i>	<i>Comprehensible fully fledged national TSA pilot studies</i>	<i>First compilation started, and empirical results</i>	<i>First compilation started and no empirical results</i>
Alemanha		X		
Áustria	X			
Bélgica			X	
Bulgária				X
Chipre	X			
Rep. Checa	X			
Dinamarca	X			
Eslováquia		X		
Eslovénia		X		
Espanha	X			
Estónia	X			
Finlândia	X			
França		X		
Holanda	X			
Hungria	X			
Irlanda		X		
Itália			X	
Letónia		X		
Lituânia	X			
Luxemburgo				X
Malta				X
Polónia	X			
Portugal	X			
Roménia			X	
Suécia	X			
Reino Unido		X		

Fonte: adaptado de EUROSTAT (2010: 2)

De acordo com a Tabela 2.9 é possível verificar que a maioria dos países europeus já desenvolveu uma CST na íntegra, embora alguns ainda não apresentem resultados empíricos, nomeadamente a Bulgária, Malta e o Luxemburgo. É notório, de facto, a evolução de implementação da CST ao nível da União Europeia, na medida em que todos os países, já possuem uma CST desenvolvida, ou em fase de desenvolvimento. No caso específico da Suíça, segundo a OMT (2010), já existe uma CST desenvolvida para

o ano de 2001 e 2005 (*"Tourism Satellite Account for Switzerland, 2001 and 2005"*). Deste modo, segundo o EUROSTAT (2009), apenas os seguintes 14 países implementaram uma CST desenvolvida na íntegra a nível nacional: Áustria; Chipre, República Checa, Dinamarca, Finlândia, Alemanha, Hungria, Irlanda, Holanda, Polónia, Eslovénia, Espanha e Reino Unido e Portugal.

A crescente implementação e aperfeiçoamento da CST em inúmeros países são visíveis não apenas na Europa, mas também em outras áreas geográficas (Ahler, 2006; Calvin & Max, 2007; Lagos & Diakomihalis, 2008; Dwyer *et al*, 2007; Egon, 2006; Jones & Munday, 2008; Zhang, 2005). No entanto, segundo Libreros *et al* (2006), a implementação desta ferramenta parece avançar mais rapidamente no continente europeu, justificando com a disponibilidade de um maior número de recursos nesta área (económicos, estatísticos, técnicos, humanos), assim como a importância atribuída ao Turismo, quer em termos de despesas e receitas, assim como de maior sensibilização e compreensão da sua importância (Libreros *et al*, 2006).

Além dos esforços verificados por diversos países, dois organismos internacionais têm vindo, ao longo dos anos, a desenvolver importantes estudos acerca do desenvolvimento e implementação da CST em diversos países e inclusive regiões, nomeadamente, a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE) e a Organização Mundial de Turismo (OMT). Outras organizações importantes na temática da economia do turismo são: as Nações Unidas; o EUROSTAT (*Statistical Office of the European Communities*); WTTC (*World Travel and Tourism Council*); inclusive na condução dos países para o desenvolvimento dos seus próprios sistemas de estatísticas do turismo (*System of Tourism Statistics – STS*), assim como para assegurar que os respetivos resultados são comparáveis a nível nacional e internacional.

A construção de uma CST pode constituir um desafio para muitos institutos de estatística (Lagos & Diakomihalis, 2008). Muitos dos estudos e desenvolvimento da CST foram iniciados antes, ou em paralelo com o trabalho de investigação e metodologia desenvolvidos a nível internacional pela Organização Mundial do Turismo, pela OCDE e outras organizações. Isto explica, de certa forma, a diversidade dos métodos utilizados pelos países para medir o impacto económico do turismo. Deste modo, as dificuldades encontradas por diversos países na execução da Conta Satélite do Turismo devem-se à existência de diferentes metodologias, opções e fontes de dados. Além disso, existem diferentes prioridades estatísticas, ou seja, um país pode ter mais informações sobre

determinado fenómeno (ex. consumo turístico recetor) e menos sobre outro. Por outro lado, pode não haver um sistema bem desenvolvido das contas nacionais, no qual se possa alocar os dados disponíveis. Isso afetará o número de tabelas que serão desenvolvidas, bem como a extensão da informação e a importância dos resultados obtidos (Lagos & Diakomihalis, 2008).

Deste modo, a OMT (1991) foi desenvolvendo ao longo dos anos, linhas orientadoras e quadros metodológicos, com um grau elevado de flexibilidade para o seu planeamento e aplicação, para que nenhum país fique excluído e que, praticamente, todos os países do mundo possam começar, com base nos dados que possuem, a estabelecer métodos e objetivos para implementar uma CST. Segundo a OMT (2001), na última década, diversos governos, associações, indústrias individuais e académicos, em inúmeros países, expressam continuamente a necessidade de desenvolver estatísticas integradas e comparáveis das atividades turísticas.

2.5.2 Componentes económicos da CST

Segundo Libreros (*in* OMT, 2010), na análise dos 39 países que, em 2008, já possuíam uma CST, uma das conclusões possíveis de serem retiradas na avaliação das CST é a significativa ausência de informação relativa ao consumo turístico emissor, facto possível de se verificar na Tabela 2.10, na medida em que, na maioria dos casos em que essa estimativa não é feita, deve-se ao facto de se considerar que este não tem nenhum efeito sobre a atividade do turismo interno e, deste modo, o seu cálculo não demonstra qualquer interesse para a economia de compilação. De acordo com o mesmo autor (*in* OMT, 2010), em termos de número de dados solicitados para a concretização da CST, a Finlândia lidera o ranking, seguida da Austrália, México, Letónia, Polónia e Lituânia.

No entanto, segundo a Tabela 2.10, é possível verificar que uma significativa parte dos países, nomeadamente, Cuba, Jordânia, Egipto, Roménia e Equador, Estónia, Luxemburgo, México; Marrocos; Cazaquistão, ainda não desenvolveram as tabelas para a maioria dos indicadores económicos, sobretudo para indicadores de difícil obtenção, como o caso do consumo turístico coletivo, formação bruta de capital fixo e produção turística. Outros países, tal como o caso da Dinamarca, Reino Unido, Noruega, Áustria, Itália, Suíça constituem países que centraram a sua atenção no desenvolvimento de CST ao nível das regiões.

Por outro lado, os Estados Unidos da América, bem como a Suécia não fazem distinção do consumo turístico entre turistas e excursionistas, assim como as suas informações

sobre o Valor Acrescentado Bruto das indústrias do Turismo não é fornecido, quer a nível global, quer ao nível das indústrias. Deste modo, segundo Libreros (*In OMT, 2010*) refere que ainda muitos países não incluem os excursionistas dentro das estatísticas de turismo, devido às especificidades inerentes às suas estimativas, ou devido ao facto de não se calcular as despesas totais de visitantes para turistas e para excursionistas. Contudo, o consumo relativo aos excursionistas é estruturalmente diferente dos turistas (Libreros, *in OMT, 2010*).

Além disso, a compilação das tabelas 8 (Formação Bruta de Capital Fixo e outras Indústrias) e 9 (Consumo Turístico Coletivo) implica não apenas a recolha de dados provenientes de fontes secundárias, as quais não fazem parte dos programas estatísticos dos atuais institutos nacionais de estatística, como também exigem a superação de uma série de desafios específicos conceptuais (OMT, 2010). Tal como podemos verificar na Tabela 2.10, estas os dados específicos para estas duas componentes são, de facto as menos calculadas, devido à sua complexidade e dificuldade dos países em obter os respetivos resultados.

De acordo com Libreros (*in OMT, 2010*), torna-se evidente a necessidade de aperfeiçoamento e desenvolvimento de bases de dados mais completas e funcionais em diversos países, assim como uma maior desagregação dos produtos, tal como indicado pelas recomendações internacionais da CST (OMT *et al*, 2008).

Tabela 2.10: Agregados Económicos da Conta Satélite de Turismo por País e por ano de referência

Componentes/Países	Irlanda	Japão	Itália	Cazaquistão	Estónia	Letónia	Lituânia	México	Marrocos	Holanda	Peru	Roménia	Luxemburgo	Malta
Procura Turística:	2002	2003	2002	-	2003-2004	2003	2004	1993-03	1998	2001	2001	2001	2005	2005
Consumo Turístico individual	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
C.T. Doméstico	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
C.T. Emissor	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X			X
C.T. Recetor	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X
Consumo Turístico Coletivo														
Formação Bruta de Capital Fixo														
Oferta Turística:														
Produção Turística			X			X	X			X		X	X	X
Valor Acrescentado Bruto				X	X	X	X			X	X	X	X	X
Produto Interno Bruto	X	X		X		X	X	X	X	X	X	X		
Emprego	X	X		X		X		X	X	X	X	X		

Capítulo 2. Conta Satélite do Turismo: definição, origem e características

Componentes/Países	Arábia Saudita	Eslováquia	Eslovénia	Suécia	Hungria	Portugal	Alemanha	Grécia	Irlanda	Reino Unido	Bélgica
Procura Turística:	2005	2006	2000	2000	2004	2000	2002	2000-2007	2000	2000	2003
Consumo Turístico individual	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
C.T. Doméstico	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
C.T. Emissor	X	X	X		X		X	X	X	X	
C.T. Recetor	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Consumo Turístico Coletivo									X		
Formação Bruta de Capital Fixo											
Oferta Turística:											
Produção Turística				X	X	X	X	X	X	X	X
Valor Acrescentado Bruto	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X
Produto Interno Bruto	X	X	X			X	X		X		
Emprego	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	

Capítulo 2. Conta Satélite do Turismo: definição, origem e características

Componentes/Países	Polónia	Chile	China	Colômbia	Cuba	Chipre	Rép.Checa	Dinamarca	Equador	Egipto	Finlândia	França	Honduras	Indonésia
Procura Turística:	2005	2003	2002	2000	2007	2007	2003-07	2000-04	2001-03	2008	2002	2000	2000-05	2007
Consumo Turístico individual	X	X	X	X		X	X	X	X		X	X	X	X
C.T. Doméstico	X	X	X	X		X	X	X	X		X	X	X	X
C.T. Emissor	X	X	X	X		X	X		X			X	X	X
C.T. Recetor	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Consumo Turístico Coletivo	X													
Formação Bruta de Capital Fixo	X						X							
Oferta Turística:														
Produção Turística	X					X					X	X		
Valor Acrescentado Bruto	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	
Produto Interno Bruto	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X
Emprego		X	X		X		X			X	X		X	X

Capítulo 2. Conta Satélite do Turismo: definição, origem e características

Componentes/Países	Austrália	Índia	Nova Zelândia	Suíça	Canadá	Namíbia	E.U.A.	Áustria	Filipinas	Israel	Jordânia	Mongólia	Espanha
Procura Turística:	2002-03	2000	1997-07	2001-05	2002	2006	1998-08	2007	1994-1998	2004	2006/07	2005	2002
Consumo Turístico individual	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
C.T. Doméstico	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X
C.T. Emissor	X	X	X	X	X		X		X	X	X	X	X
C.T. Recetor	X	X	X	X	X		X	X	X	X		X	X
Consumo Turístico Coletivo	X		X		X	X	X	X	X			X	X
Formação Bruta de Capital Fixo	X				X	X	X		X				X
Oferta Turística:													
Produção Turística	X	X	X	X	X	X	X	X	X				X
Valor Acrescentado Bruto	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X
Produto Interno Bruto	X	X	X	X	X	X	X						X
Emprego	X	X	X	X	X	X	X	X	X			X	X

Fonte: Elaboração própria com base em: OMT (2010); EUROSTAT (2009); Namibia Tourism Board (2008); Hecht (2006; 2007); Srivastava & Shukla (2006)

Capítulo 3 Conta Satélite de Turismo Regional

3.1 O que é

As regiões são definidas pela Organização Mundial de Turismo como unidades administrativas ou políticas com características singulares, embora também existam territórios sub-regionais ou os chamados “destinos turísticos locais” (MacFeely, 2008). Por sua vez, as Contas Regionais constituem uma ferramenta que retrata, de um modo detalhado, a economia de uma região, desenvolvendo-se como uma fonte de informação fundamental para as pessoas e entidades que trabalham no desenvolvimento económico e político das regiões, assim como para investigadores desta área (EUROSTAT, 2008).

A Conta Satélite do Turismo regional consiste na compilação e cálculo sistemático de dados estatísticos regionais, provenientes de diversas fontes da procura, por visitante (doméstico e estrangeiro) e da oferta de produtos turísticos (doméstico ou importado) (Bryan *et al*, 2005). Esta surge como uma extensão da Conta Satélite de Turismo nacional, cuja metodologia tem como base as definições e classificações das Contas Nacionais e Regionais (Konttinen, 2006).

Smeral (2010), por sua vez, define CST regional como uma base estatística para os investigadores, quer teóricos, quer práticos, sustentarem as suas avaliações e análises estatísticas, fornecendo dados regionais sobre o consumo turístico. No entanto, esta compilação permite também conhecer o contributo económico do turismo para o lado da oferta, nomeadamente, o valor acrescentado, Produto Interno Bruto e o emprego turístico (Zhang, 2005a; Bryan *et al*, 2005, Smeral, 2006).

Massieu (2008) defende que o processo de desenvolvimento de uma CST regional beneficiaria se fosse criada uma rede de organismos, profissionais e investigadores com conhecimentos e experiência, no âmbito da medição e análise da atividade turística à escala regional, assim como na gestão de destinos turísticos.

Segundo a OMT (1999b), os objetivos dos estudos de valor acrescentado a nível regional (Tabela 3.1) são, na sua maioria, igualmente relevantes no caso dos estudos análogos a nível nacional.

Tabela 3.1: Objetivos da CST a nível regional

Objetivos da Conta Satélite do Turismo a nível regional (Valor Acrescentado)
<ul style="list-style-type: none">• Desenvolver indicadores económicos orientados para o turismo e resultados diferenciados sobre a importância macroeconómica do turismo;
<ul style="list-style-type: none">• Proporcionar uma maior transparência para as estruturas económicas regionais e a interdependência entre indústrias turísticas e outras indústrias;
<ul style="list-style-type: none">• Permitir uma maior transparência no que diz respeito à importância de categorias individuais de turismo;
<ul style="list-style-type: none">• Desenvolver possíveis modelos de cálculo, identificando relações inter-regionais, assim como comparações com outras regiões;
<ul style="list-style-type: none">• Possibilitar a atualização dos resultados (através de modelos adequados);

Fonte: OMT (1999b)

Segundo a OMT *et al* (2008), o desenvolvimento dos sistemas de estatísticas regionais é obrigatória, tendo em conta que a localização territorial do turismo é uma necessidade de ambas as perspetivas, nacional e regional, e segundo Brændvang *et al* (2001), a Conta Satélite de Turismo, por si só, não é uma fonte de estatísticas, na medida em que, as estatísticas têm de existir, de modo a que as contas sejam elaboradas.

Contudo, segundo Pham (2008), na maioria dos países, não existe nenhum sistema de contas regional oficial, com uma base contínua para monitorizar o desempenho das regiões ao longo do tempo. Além disso, não existe nenhum quadro conceptual definido pelo Sistema de Contas Nacionais para as economias regionais, nem para os sistemas estatísticos gerais orientados para esta temática (turismo), inclusive quando as contas nacionais fazem referência às regionais, referem-se a uma tabela ou conjunto de agregados, e não a um conjunto de contas associadas, desenvolvidas num grau semelhante (OMT *et al*, 2008). Tal inexistência contribui para a realidade com que nos deparamos atualmente, nomeadamente a escassez de informação em regiões e destinos turísticos locais capaz de desenvolver e executar com o rigor desejável uma conta satélite de turismo (MacFeely, 2008). Além da realidade estatística, também a competência das autoridades regionais, no âmbito do turismo, da economia e desenvolvimento regional, é posta em causa, na medida em que, muitas vezes, não reconhecem o sector do turismo como um fator de desenvolvimento económico regional e, conseqüentemente, desconhecem e desvalorizam a quantificação de dados económicos e estatísticos referentes a este sector (Pham, 2008).

Na Tabela 3.2 é possível verificar as respetivas vantagens e inconvenientes relacionados com o desenvolvimento da CST num ambiente regional.

Tabela 3.2: Vantagens, Inconvenientes e dificuldades no desenvolvimento de uma CST regional

Conta Satélite de Turismo Regional	
Vantagens	Inconvenientes/Dificuldades
<ul style="list-style-type: none"> Oportunidade para os responsáveis regionais realizarem análises consistentes e fundamentadas, nomeadamente, identificar e diferenciar mercados e produtos turísticos distintos; 	<ul style="list-style-type: none"> Necessidade de adaptação do quadro conceptual da CST nacional ao panorama regional, nomeadamente pelo lado da procura – conceitos como ambiente habitual e residência; tipos de consumo turístico.
<ul style="list-style-type: none"> Medir o contributo económico do turismo a uma escala regional; 	<ul style="list-style-type: none"> Inexistência de um quadro conceptual internacional para o desenvolvimento de uma CST regional;
<ul style="list-style-type: none"> Conhecer as interligações do turismo com outros sectores de atividade regional; 	<ul style="list-style-type: none"> Nem todas as variáveis do turismo (ex. consumo turístico) são facilmente transportáveis para o contexto regional;
<ul style="list-style-type: none"> Fornecer informações - chave (qualitativas e quantitativas) que favorece as tomadas de decisão – identificar oportunidades de negócio; avaliar volume e intensidade do turismo; e determinar a extensão, ao nível da qual as redes privadas e públicas do turismo regional estão interligadas; 	<ul style="list-style-type: none"> Existência de uma escassez de informação estatística; embora haja oficialmente barreiras administrativas que separam as regiões, existe liberdade de movimentação das pessoas, bens, serviços, capital (etc.), o que significa que não existem ferramentas no local para controlar os fluxos de entrada e saída da região;
<ul style="list-style-type: none"> Fornecer dados estatísticos a um nível desagregado geograficamente; 	<ul style="list-style-type: none"> Ausência de um marco estatístico unificador e unificado à escala regional, que seja uma réplica do Sistema Nacional de Contas;
<ul style="list-style-type: none"> Verificar vínculos entre dados estatísticos nacionais e regionais; 	<ul style="list-style-type: none"> Existência de custos financeiros e “temporais” elevados, devido sobretudo à falta de união e apoio entre organismos regionais no trabalho conjunto para obtenção de dados estatísticos;
<ul style="list-style-type: none"> Permitir a comparação de dados estatísticos entre as diferentes regiões de um país – quantificar e clarificar as desigualdades entre regiões desenvolvidas e destacar as mais desfavorecidas; 	<ul style="list-style-type: none"> Algumas atividades (ex. atividades auxiliares de unidades multiregionais) não são suscetíveis de regionalização, enquanto no caso de outras (ex. transporte de passageiros de uma região para outra) tornam a transposição para o plano regional mais complexa do que no plano nacional;

Fonte: OMT *et al* (2008); Jones & Munday (2010); WTTC (2007); DREM, SREA, & ICE (2008); MacFeely (2008); Cunha (2006); Frechtling (2008);

Tal como destaca Massieu (2008), a realização de medições do turismo a nível regional, prende-se com a necessidade de explicar os vínculos existentes entre o nível nacional e os níveis regionais, o que nem sempre coincide plenamente, embora forneçam pontos de vista complementares sobre as atividades associadas ao turismo em determinado território geográfico. Segundo MacFeely (2008), a obtenção de estatísticas regionais coerentes e sustentáveis são dispendiosas, quer a nível financeiro, quer em termos de

tempo. Deste modo, a união e cooperação entre organismos (Universidades; institutos nacionais de estatística; e outras empresas especializadas) torna-se fundamental na angariação e produção de dados regionais, tendo em conta metas e soluções comuns, assim como classificações, definições, tabelas e dados coerentes. Frechtling (2008) acrescenta que o envolvimento dos institutos centrais de estatísticas é vital para o desenvolvimento da CST para as economias regionais, na medida em que destaca que, sem estas entidades, o projeto fica comprometido. Isto porque, tal como defende o autor, a própria necessidade de desenvolver uma CST a nível regional provém da importância significativa atribuída a este sector a nível nacional, ou seja, este facto verifica-se com maior abundância em regiões com intensa atividade turística, enquanto em países cujo turismo não é considerado economicamente significativo, torna-se mais difícil a obtenção dos recursos adequados e o envolvimento de agências centrais (agências estatísticas, financeiras, turísticas) no projeto (Frechtling, 2008).

Assim sendo, as características estatísticas e conceptuais adjacentes à CST regional, segundo Frechtling (2008: 4), são inúmeras, tal como é possível observar na Tabela 3.3.

Tabela 3.3: Características da Conta Satélite do Turismo Regional

Características	Descrição
Preponderância de Dados contáveis, não “modelados”	A implementação da CST regional deve ter como propósito facilitar os cálculos, utilizando fontes estatísticas estabelecidas sobretudo na parte da oferta, requerendo uma maior quantidade sobre a procura
Adesão aos Conceitos e Definições da Conta Satélite do Turismo	Quase todos os conceitos relativos à procura e oferta turística aplicados nos últimos anos no âmbito nacional podem ser aplicados ao ambiente regional
Consistência das Contas Regionais	Sempre que for possível, as contas regionais contêm informação sobre variáveis-chave, tal como o valor acrescentado da indústria
Impactes Diretos	Atualmente não existe uma metodologia desenvolvida e aceite a nível internacional, através da qual seja possível calcular o impacte turístico tendo em conta os seus efeitos indiretos e induzidos, a não ser com base em pressupostos de modelos. A conta a desenvolver a nível regional deve incluir apenas aqueles impactes através dos quais se possa demonstrar que surgem diretamente da atividade turística.

Fonte: Frechtling (2008)

3.2 Quando Surgiu?

O Canadá foi o primeiro país no mundo a desenvolver uma CST à escala regional, cujas contas iniciais remontaram o ano de 1996, incluindo doze regiões do país. A escolha deste ano como referência teve como base o facto de constituir o primeiro ano para o qual as tabelas Input-Output estavam disponíveis por regiões, com base no novo quadro metodológico do SCN de 1993.

As contas regionais fornecem indicadores-chave do sector turístico, permitindo uma fácil compreensão do âmbito e da escala da atividade turística em cada uma das regiões. A metodologia adotada para as regiões do Canadá fornece dados das seguintes variáveis (Bryan *et al*, 2005: 17):

- Contribuição do turismo para o Produto Interno Bruto, em proporção do Produto Interno Bruto total;
- Contributo do turismo para o emprego, em proporção ao emprego total da região;
- Contributo do turismo para a balança de pagamento para cada região;

Além destes, a CST implementada no Canadá também forneceu dados importantes acerca da natureza do consumo dos turistas nas diferentes regiões, mais especificamente, o tipo de produtos comprados, assim como o tipo de turistas – nacionais, internacionais ou inter-regionais. Esta CST beneficiou da existência de um sistema de contas regionais, assim como de tabelas Input-Output relativas aos anos de 1974; 1979; 1984 e 1990, constituindo um apoio fundamental para o desenvolvimento inicial da Conta Satélite. De facto, segundo Jones (2008) o contínuo desenvolvimento das tabelas *input-output* regionais foi um *input* fundamental para o desenvolvimento de CST regionais. O desenvolvimento destas contas, teve como base os conceitos e métodos das recomendações internacionais, nomeadamente, da Comissão de Estatística das Nações Unidas (ONU) e seguiu rigorosamente os princípios do Sistema Nacional de Contas (Bryan *et al*, 2005).

Além do Canadá, outros países estão a prosseguir com o desenvolvimento da CST a nível regional, nomeadamente, Noruega, Espanha e Reino Unido, tal como é possível verificar na Tabela 3.4. Contudo, o número de países que está a desenvolver as CST para as economias regionais é ainda muito limitado, quando comparado com o número de países que esta a desenvolver CST para as economias nacionais.

Tabela 3.4: Desenvolvimento de CST Regionais

País	Anos Referência	Alguns dos resultados
Canadá	CST regional para 1996	Variáveis que incluem o valor acrescentado do turismo e o emprego
Noruega	CST regional para 2000	Resultados parciais incluem valor acrescentado das indústrias do turismo e emprego;
Espanha	CST regional e modelo “Bottom up” ainda em desenvolvimento (em 2005)	Resultados parciais. Estimativas relativas ao consumo e à oferta do produto regional;
Reino Unido	Escócia e País de Gales regionalizaram a CST para o ano de 2000	Resultados incluem o valor acrescentado do sector turístico e o emprego direto

Fonte: Bryan *et al* (2005: 23)

Segundo Jones (2008), na Noruega, cada região é tratada como uma pequena nação pelos investigadores, o que significa que são desenvolvidas CST regionais seguindo uma metodologia semelhante à da CST nacional. Contudo, um problema comum no processo da CST regional é assegurar a consistência e o rigor existentes na CST nacional (Jones, 2008) e, deste modo, a soma do consumo dos visitantes nas diferentes regiões da Noruega não coincide com a CST nacional, tendo em conta que esta última constitui a mais fiável e rigorosa.

Ao contrário da CST regional do Canadá, no caso da Noruega não são apresentados dados de indicadores-chave da atividade turística, tal como o Valor Acrescentado do Turismo e o Emprego, limitando-se a indicadores como o nível de consumo dos turistas e da produção bruta do turismo face às indústrias, apresentando em 2005 apenas resultados parciais quanto ao Valor Acrescentado e ao Emprego no Turismo, pelo instituto nacional de estatística da Noruega (Jones & Munday, 2010).

Devido à importância económica que o sector turístico detém em Espanha e à sua desigual distribuição, não é de estranhar o desenvolvimento de metodologias de modo a regionalizar variáveis-chave presentes na CST nacional. Devido à existência de regiões autónomas, é visível o desenvolvimento individual da CST em apenas algumas províncias (ex. Andaluzia) (OMT, 2005). À semelhança da Noruega, Espanha tem problemas na aplicação das estimativas do consumo turístico à escala regional. Contudo, como forma de ultrapassar este problema, o Instituto Nacional de Estatística de Espanha (INE) desenvolver novos questionários, nomeadamente o do consumo da família, que permitiram por exemplo obter Matrices Origem-Destino para o turismo doméstico.

Segundo Jones & Munday (2010), o desenvolvimento da CST no caso da província de Andaluzia, permitiu a obtenção de indicadores fundamentais para avaliar a distribuição espacial da atividade económica do turismo, assim como encontram-se ainda em progresso, estudos para melhorar e aumentar as fontes de dados disponíveis e importantes para as estimativas regionais (Jones & Munday, 2010).

A Conta Satélite regional no Reino Unido iniciou-se com a Direção de Turismo do País de Gales em 1998 (Jones *et al*, 2003), atualizada em 2000. Esta Conta constitui um bom exemplo no que diz respeito ao desenvolvimento e aplicação do modelo “*bottom-up*”² na CST regional, através do qual a CST regional é desenvolvida com base em dados regionais disponíveis. Esta CST tem sido usada, até aos dias de hoje, para a avaliação de impactos económicos deste País (Jones & Munday, 2009). Por sua vez, a *Scottish Executive* estimou a CST com base nas tabelas I-O para 2000 (Hayes & Boag, 2004). Através desta Conta é possível verificar variáveis-chave como: Valor Acrescentado e Emprego do Turismo para as indústrias e para a Escócia como um todo (Jones & Munday, 2009). A construção da CST para o País de Gales e para a Escócia continuam em paralelo, as quais proporcionam um elemento de efeito “triângulo”, cujas estimativas das duas regiões podem ser comparadas e avaliadas quanto à sua razoabilidade.

Deste modo, as CST regionais podem ser desenvolvidas sob diferentes formas, embora a maioria dos países adote as linhas orientadoras internacionais do quadro conceptual da OMT (OMT *et al*, 2008), visto não existir um guia conceptual para a CST de nível regional. Segundo Bryan *et al* (2005) na maioria dos países, onde a CST a nível regional já se encontra desenvolvida, existe um forte foco no desenvolvimento das contas regionais durante um período razoavelmente longo, contribuindo para a criação de um quadro estatístico da CST sólido, assim como informações básicas sobre a oferta turística de uma região.

3.3 Porque Surgiu?

O aparecimento da CST a nível regional deve-se sobretudo, ao crescente interesse na obtenção de dados económicos relativos ao turismo, quer nas grandes regiões transnacionais económicas, tal como a União Europeia, assim como nas organizações e associações internacionais (OMT, WTTC, OECD, etc.), até às pequenas unidades

² Modelo *Bottom-up* é um método estimação ascendente, através do qual os dados nacionais são estimados a partir de fontes de dados regionais existentes.

geográficas, incluindo regiões turísticas e pequenas comunidades. Por outro lado, algumas empresas prestadoras de serviço de turismo, nomeadamente hotéis, aeroportos, empresas de transportes, também começam a manifestar interesse em saber mais sobre a importância relativa do seu ramo em particular, na indústria turística (OMT, 1999b).

O Turismo, por si só, constitui um fenómeno “desigualmente concentrado” em qualquer país, sob a perspectiva quer da procura, quer da oferta (OMT *et al*, 2008: 97), surgindo de facto, casos de elevada disparidade em termos de atuação e desenvolvimento económico das regiões (MacFeely, 2008), facto que tem implicações para a análise dos impactos económicos, assim como para a alocação de recursos, e para a própria avaliação e monitorização adequada da atividade turística (Jones, 2008). Assim, a avaliação do impacto económico do sector do turismo é algo de elevada importância, na medida em que as estatísticas do turismo têm um papel relevante no desenvolvimento do sector quer a nível nacional, quer a nível regional (OMT, 1999b).

Segundo o Sistema Europeu de Contas (ESA, 1995) a economia regional de um país é parte da economia total desse país, valorizando deste modo a vertente regional no sistema turístico, ao mesmo tempo que Konttinen (2006: 2) afirma que o “Turismo não acontece em países, acontece em lugares”.

Tal como acontece no contexto nacional, o “peso” económico do sector do turismo não é facilmente identificável nas Contas Económicas Regionais (quando existentes), visto que esta atividade exerce impactos em diversos ramos de atividade que não são contabilizados como parte integrante do sector do turismo, surgindo deste modo, a necessidade de desenvolver CST regionais e, através delas, conseguir identificar e isolar a componente turística da atividade económica de cada região (DREM, SREA, & ICE, 2008). Contudo, segundo Frechtling (2001) a elaboração da CST a nível regional pode constituir um risco se, antes desta, não for desenvolvida e aperfeiçoada a CST a nível nacional, pois tal como já foi referido, não existe um manual de apoio ou normas de elaboração desenvolvidas para o propósito da CST regional.

De acordo com a OMT *et al* (2008: 105), existem diversas razões para incentivar a adaptação da CST a nível regional:

- Tendência mundial para a descentralização do poder político e, sobretudo, da gestão descentralizada dos recursos nacionais por regiões, municípios, localidades, etc., surgindo a necessidade de uma melhor integração e organização da informação (estatística) regional e local;

- Natureza multifacetada das atividades turísticas, a qual pode potencialmente beneficiar as áreas rurais em direção à diversidade, assim como as áreas negligenciadas;
- Desigualdade na distribuição geográfica e das características da atividade turística no território nacional;
- Necessidade de melhorar a alocação de recursos nas economias nacionais e regionais, que só pode ser alcançado através da modernização de referências quantitativas e medição dos impactos económicos;

Por outro lado, segundo as OMT *et al* (2008), o gradual interesse no desenvolvimento da CSTR, por parte dos países, decorre das características específicas do turismo e da sua importância ao nível de cada região do país, assim como das diferentes necessidades das entidades gestoras do turismo regional, tal como é possível verificar na Figura 3.1.

Figura 3.1: Importância atribuída à CST regional

Interesse dos países no desenvolvimento da CST regional:

- a) Necessidade de destacar ou enfatizar a importância das características específicas das regiões como destinos turísticos
- b) O facto de que as características e padrão de despesa dos visitantes podem variar bastante de região para região
- c) Necessidade de criar políticas para atrair visitantes (definir mercado-alvo) e investimentos (infraestrutura necessária) que sejam específicas para os objetivos regionais
- d) Necessidade de adaptar as classificações de produtos característicos do turismo e de indústria turística através da incorporação de mais detalhes, quando necessário, preservando ao mesmo tempo, a estrutura geral de classificação
- e) Necessidade de efetuar comparações no turismo, nomeadamente em termos do número de visitantes, as suas características e despesas, assim como entre regiões e entre os níveis regional e nacional

Fonte: OMT *et al* (2008)

É notável a semelhança destas necessidades com as vantagens da CST regional, enumeradas no subcapítulo 2.1, na medida em que se verifica cada vez mais a importância e necessidade atribuída ao desenvolvimento da CST, assim como o facto de a sua implementação ir de encontro com as necessidades das diversas regiões.

Pham *et al* (2010) defende que o crescente envolvimento dos governos na gestão e planeamento do turismo conduziu a uma forte preocupação com a preservação e organização das estatísticas económicas deste sector, a serem disponibilizadas inclusive no âmbito regional, na medida em que a CST nacional não permite, de facto, avaliar a importância do turismo para as diversas regiões, ou fornecer qualquer orientação face ao seu potencial como ferramenta importante para o desenvolvimento regional.

Atualmente, são inúmeras as regiões que procuram desenvolver estudos económicos de forma a quantificar a importância e o significado que o turismo tem para a sua economia (Jones *et al*, 2003, 2009; Cunha, 2006), enquanto alguns países limitam-se a “regionalizar” a conta satélite de turismo desenvolvida a nível nacional (Jones & Munday 2010). Um problema que se pode enfrentar ao “desenhar” a conta satélite regional de um país, com base nas principais conclusões retiradas da conta satélite de turismo nacional é que surgem elementos, nomeadamente da oferta turística nacional, que não existem na maioria das regiões periféricas com infraestruturas físicas e sociais escassas (Jones, 2008) e, além disso, são adaptadas variáveis da Conta Satélite do Turismo nacional com pouco rigor e consistência (Jones, 2008). Contudo, nos últimos anos têm vindo a ser desenvolvidas ferramentas que, paralelamente, à Conta Satélite do Turismo nacional, fornecem dados e resultados económicos para áreas regionais, nomeadamente, sistemas de contabilização regional para o sector turístico.

3.4 Nível de implementação da CST regional a nível Internacional

Apesar da importância do desenvolvimento da CST aplicada às economias regionais, existem atualmente, poucos projetos desenvolvidos a nível internacional. Tal como é possível verificar na Tabela 3.5. O primeiro país a desenvolver a CST no âmbito regional foi o Canadá, seguido de dois estudos preliminares da Organização Mundial de Turismo (1999) aplicados à Itália e Suíça.

Tabela 3.5: Nível de implementação da CST a nível regional

Implementação da CST Regional a nível internacional				
Países	Região/ Sub-Região	Ano de Implementação	Ano de Referência	Fonte
Canadá	12 Regiões	1998	1996	Bryan <i>et al</i> (2005)
Itália	10 Regiões	1999 (estudo preliminar)	1997	Manente (<i>in</i> OMT, 1999)
Suíça	Berna	1999 (estudo preliminar)	-	OMT (1999)
Noruega	17 Regiões	2001	1997	Braendvang <i>et al</i> (2001)
China	Jiangsu	2002	2002	Jie & MingYao (2005)
Espanha	Andaluzia	2003	1995– 2002	Cañada & Froig (2002); Bryan <i>et al</i> (2005)
E. U. A. - Nevada	Reno Tahoe; Las Vegas	2004	2002	Slocum (2006)
E.U.A	Alaska	2004	2002	Sacks (2004)
Bélgica	Bruxelas ; Wallonia ; Flanders.	2005	2003	EUROSTAT (2009b)

Países	Região/ Sub-Região	Ano de Implementação	Ano de Referência	Fonte
Austrália	New South Wales	2005	2000-2001	Dwyer <i>et al</i> (2005)
Finlândia	NUTS 3 (21 sub-regiões)	2005	2002	Kontinnen (2006); EUROSTAT (2009)
Áustria	Viena	2005/2006	2002	Smeral (2010)
Reino Unido	9 Regiões	2005	2000	Bryan <i>et al</i> (2005)
E.U.A – North Carolina	Piedmont Area; Coastal Area; Mountain Area;	2006	2005;	McGill (2007)
Dinamarca	-	2006	2000-2004	EUROSTAT (2009); Zhang (2005).
China	Hong Kong	2006; 2008 e 2010	2005, 2007 e 2009	Census and Statistics Department of Hong Kong (2011)
Austrália	Western Australia	2007	2003/04; 2006/07; 2007/08	Spurr <i>et al</i> (2007)
E. U. A. - Rhode Island	8 Sub-Regiões	2007	2006	McGill (2007)
E.U.A	Delaware	2007	2005-2006	McGill (2007)
E.U.A. - Virginia	Virginia Beach	2007; 2008 e 2010	2006; 2007 e 2009	Yochum & Agarwal (2007; 2008; 2010)
Polónia	-	-	2004	EUROSTAT (2009)
E. U. A.	Louisiana	2008	2006	Terrel & Bilbo (2008)
Austrália	Queensland	2008 (Estudo Piloto); 2010	2003-04; 2006-07 e 2007-08	Pham <i>et al</i> (2008); Pham <i>et al</i> (2010)
Portugal e Espanha	Ilhas: Madeira Açores Canárias	2008	2001/2002	DREM, SREA, & ICE. (2008)
E.U.A - North Carolina	North Carolina	2008-2009	2007; 2008	Tourism Economics (2008; 2009); www.nccommerce.com/
E.U.A – South Carolina	South Carolina	2009	2007; 2008	South Carolina Department of Parks, Recreation & Tourism (2009); http://www.scprrt.com/
República Checa	14 Regiões	2009	2006	www.czso.cz/csu/
Austrália “Regional Tourism Employment”	10 Regiões: Sydney; Hunter; South (...)	2009 2010	2006-2007 e 2008-2009	Pham <i>et al</i> (2008) Spurr <i>et al</i> , (2007)
E.U.A.	Hawaii	2010	1997-2006 1999	Iboshi (2007) WTTC (2010)
França	Lorraine	2010	2009	Observatoire Régional du Tourisme (2010)
Austrália	Tanzânia	2011	2011	WTTC (2011)

Fonte: Elaboração própria com base nas respetivas fontes de informação referidas na tabela.

Consequentemente, diversos países foram desenvolvendo contas satélites de turismo para as suas regiões, nomeadamente, a Bélgica, Espanha, Reino Unido, França,

Austrália, Portugal e, sobretudo os Estados Unidos da América. A causa para a inexistência de um maior número de países com CST implementada a nível regional é justificável pelas elevadas barreiras e constrangimentos que dificultam o desenvolvimento desta. De acordo com Jones & Munday (2010), as respetivas barreiras podem classificar-se em três grupos:

- (1) Barreiras institucionais, nas quais se destaca a importância do envolvimento dos Institutos Nacionais de Estatística no desenvolvimento das CST a nível regional, assim como o envolvimento de outras instituições regionais com responsabilidade no desenvolvimento da atividade turística, embora em determinadas situações, este último envolvimento seja difícil no desenvolvimento da CST regional;
- (2) Barreiras estatísticas, nas quais se verifica a situação de Portugal, devido às diversas lacunas em termos de informação estatística disponível a nível regional, quer a nível das Contas Regionais, quer em termos de procura e oferta turística;
- (3) Barreiras conceituais, na medida em que não existe um quadro conceptual aceite a nível internacional para o desenvolvimento de CST para as economias regionais. Deste modo, o documento *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework (2008)* tem sido a base para esta elaboração, pois apresenta algumas recomendações metodológicas para o desenvolvimento deste tipo de contas.

Além destas barreiras, também já foram, anteriormente referidas, um conjunto de dificuldades/inconvenientes que dificultam o desenvolvimento da CST regional, nomeadamente ao nível da transposição dos dados para o plano regional, tarefa que se constitui complexa e, algumas vezes, inexequível. Contudo, a informação disponível sobre as CST regionais, desenvolvidas a nível internacional, revela que, na sua maioria, são projetos experimentais que têm sido desenvolvidas por várias entidades públicas e privadas, sobretudo fundações e Universidades. Por sua vez, Calvin & Jones (2010) sugere que, para o desenvolvimento da CST, devem estar envolvidos organismos regionais de turismo e agências de desenvolvimento, enquanto a nível nacional, as CST são, normalmente, desenvolvidas pelos Institutos Nacionais de Estatística.

Capítulo 4 Conta Satélite do Turismo em Portugal

4.1 Conta Satélite de Turismo Nacional

A crescente tomada de consciência por parte de entidades e decisores nacionais relativamente às vantagens competitivas e económicas do turismo português, tem contribuído para a necessidade de quantificar e esclarecer os contributos económicos gerados por este sector. Assim sendo, o conceito de Conta Satélite do Turismo surge em Portugal, no ano de 2001, através de uma parceria entre o INE e o atual Turismo de Portugal (antes Direção Geral do Turismo), para a elaboração do “Estudo de Implementação da Conta Satélite do Turismo em Portugal”. Contudo, apenas em 2004 é desenvolvido o protocolo de colaboração entre as duas entidades, para estabelecer condições de elaboração do respetivo estudo de implementação, no qual são identificadas as fontes de informação disponíveis e é definida a metodologia de apuramento dos agregados. Deste modo, no ano de 2005, verifica-se a implementação da CST em Portugal, correspondente ao ano 2000 (INE, 2003)

Segundo os últimos dados da CST de 2000-2010, estima-se que a despesa turística aumente 7.9% em termos nominais em 2010, recuperando assim do decréscimo verificado em 2009 (INE, 2010c). Prevê-se, ainda, um crescimento de 6.4% do Valor Acrescentado gerado pelo Turismo (VAGT), valor superior ao aumento médio do total da economia nos três primeiros semestres de 2010 (3.3%). Esta recuperação da atividade turística, segundo o INE (2010c), está, por um lado, associada a um efeito de base resultando do decréscimo observado em 2009.

As estimativas indicam que todas as componentes do Consumo do Turismo no Território Económico (CTTE) apresentam um crescimento, na medida em que a procura turística apresenta um aumento de 7.9% face a 2009. No entanto, no ano de 2008 (dados provisórios) o turismo recetor, ou seja, o turismo de não-residentes, surge como a componente com o crescimento mais elevado (56%), face ao turismo doméstico (39%), correspondendo os restantes 5% a serviços de alojamento associados a habitações próprias secundárias (INE, 2010c). Relativamente ao CTTE por produtos consumidos, entre 2000 e 2008, a estrutura manteve-se relativamente estável, no qual o Alojamento apresenta um peso de cerca de 24% no total do CTTE, a Restauração 25%, os Transportes 22% e os restantes produtos aproximadamente 29%. Em termos de dinâmica de crescimento, os transportes destacam-se como a componente mais dinâmica, salientando-se o forte crescimento observado em 2006 (21.7%). Em 2008, o

Alojamento e a Restauração diminuíram 0.1% e 0.4%, respetivamente, tendo sido o setor dos Transportes que justificaram o crescimento do CTTE (crescimento de 7.1%).

Entre o ano de 2000 e 2009, numa análise da oferta turística, verificou-se que o VAGT atingiu, em média, cerca de 4% do PIB, registando uma taxa de variação média anual de 3.8% em termos nominais. Na estrutura do VAGT por atividade, ao longo dos respetivos anos, o alojamento contribui, em média, com 39%, a Restauração com 23%, os Transportes com 20% e Outras atividades com 18%. O Emprego nas atividades características do Turismo apresenta uma taxa de crescimento de 2005 para 2006, na casa dos 2.5%, no que diz ao número de indivíduos; volume; postos de trabalho e remunerações. Segundo dados do INE (2008c), todas as variáveis: indivíduos, volume de empregos e postos de trabalho, nas atividades características do turismo, apresentam um crescimento significativo.

Assim sendo, a Conta Satélite do Turismo no nosso país permite avaliar a dimensão do turismo na economia nacional, permitindo o reconhecimento deste como uma das atividades mais importantes na nossa economia, criando um instrumento fidedigno e credível, necessário para a definição de políticas públicas eficazes e estratégias empresariais eficientes. De acordo com o Turismo de Portugal (2009), a CST em Portugal não considera o turismo como um sector na sua terminologia tradicional, mas como uma atividade transversal a toda a economia, pelos seus efeitos diretos e indiretos nas outras atividades económicas.

A metodologia utilizada para o desenvolvimento desta Conta teve como base (INE, 2003):

- Conceitos e definições subjacentes à Oferta e à Procura Turística e respetiva complementaridade entre o Subsistema de Informação Estatística do Turismo e o SCN (quadros de referência mundiais como o da OECD e OMT)
- Principais referências metodológicas resultantes das experiências já realizadas por outros países no âmbito das suas CST (ex. caso do Canadá e Espanha);
- Eventuais reestruturações/ inovações que possam decorrer no atual SEN, a nível da recolha de informação, a fim de suprir lacunas de informação por parte da CSTP, as quais vão sendo satisfeitas à medida que se implementam novas operações estatísticas ou se reformulam as existentes.

Além destes, a CST nacional, segundo a Tabela 4.1, teve em conta metodologias, aceites internacionalmente, para a implementação da CST, assim como dados provenientes do Instituto Nacional de Estatística (INE).

Tabela 4.1 - Metodologia utilizada no Desenvolvimento da CST de Portugal

Metodologias, aceites internacionalmente para a implementação da Conta Satélite do Turismo (CST):	<ul style="list-style-type: none"> ○ <i>European Implementation Manual on Tourism Satellite Accounts</i> (EUROSTAT, 2002); ○ <i>Tourism Satellite Accounts: Recommended Methodological Framework</i> (OECD; UNTWO; EUROSTAT; UN, 2001); ○ <i>The Recommendations on Tourism Statistics</i> (Nações Unidas); ○ <i>Balance of Payments Manual</i> (Fundo Monetário Internacional); ○ <i>System of National Accounts, 1993</i> (Nações Unidas); ○ <i>European System of Accounts ESA95</i> (versão europeia do SNA93 (EUROSTAT, 1996);
Sistema Estatístico Nacional (INE):	<ul style="list-style-type: none"> ○ Inquéritos às Empresas Harmonizado; ○ Inquéritos aos orçamentos das famílias; ○ Inquéritos dirigidos à procura turística dos residentes; ○ Gastos turísticos dos não residentes;

Fonte: Adaptado de INE (2003)

Os indicadores económicos quantificados na CST portuguesa foram (INE, 2003):

- Consumo turístico recetor;
- Consumo turístico interno;
- Outras componentes do Consumo turístico (despesas no âmbito do turismo de negócios, residências secundárias utilizadas para fins turísticos; e a parcela correspondente à parte turística do consumo final das Administrações públicas e das Instituições sem fins lucrativos ao serviço das famílias);
- Consumo Turístico interior;
- Valor Acrescentado Turístico;
- Emprego nas Atividades Características do turismo;

Deste modo, nesta fase ficaram a faltar indicadores como: consumo turístico emissor, o consumo coletivo, assim como a formação bruta de capital fixo, de modo a completar as 10 tabelas propostas pela Organização Mundial de Turismo. Para além do desenvolvimento dos procedimentos metodológicos de suporte à construção da CST nacional, foi estabelecido um quadro analítico exploratório das potencialidades de aplicação da CST em Portugal, em particular do QGOPT – Quadro Geral de Oferta e Procura Turísticas, recorrendo essencialmente às técnicas de análise *input-output*.

No entanto, algumas dificuldades foram surgindo no desenvolvimento da CST, na medida em que, as referências ao impacto do turismo na economia (quer direto, quer indireto ou induzido) carecem de quantificação e qualificação rigorosas, devendo-se sobretudo, às

limitações do sistema estatístico de base, ou pela indisponibilidade de instrumentos analíticos apropriados de modo a proceder-se à análise dos referidos impactos. Esta lacuna de informação, sobretudo as que se referem aos efeitos multiplicadores das atividades turísticas, surge devido ao facto do turismo, na perspetiva da sua contabilização enquanto conjunto de atividades económicas, decorre de um conjunto diversificado de atividades (INE, 2003; Turismo de Portugal, 2007), que não encontram expressão direta e evidente na nomenclatura normalizada das contas nacionais. Segundo o INE (2003), o princípio geral da utilização da CST assenta no facto de que as atividades turísticas, sendo parte integrante da economia, se encontram já representadas nas respetivas contas nacionais, embora de uma forma não diretamente visível, o que de facto não acontece, pois as contas nacionais não apresentam estas atividades de um modo autónomo, na medida em que estão distribuídas ou incluídas em determinadas atividades já representadas.

Deste modo, a elaboração da CST constitui um passo decisivo no sentido da construção da base estatística para a compreensão e análise mais rigorosa e fundamentada da realidade do sector turístico em Portugal, da sua importância relativamente a outros sectores económicos, assim como permite realizar comparações internacionais, com base num quadro conceptual comum (INE, 2003).

4.2 Experiências de CST desenvolvidas a nível regional em Portugal

Em Portugal, assim como em inúmeros países, o sector do turismo sofre de fortes desequilíbrios estruturais em termos de distribuição espacial, verificando-se uma forte concentração da atividade turística num grupo restrito de regiões – Algarve, Madeira e Lisboa e Vale do Tejo (Turismo de Portugal, 2006), facto que vai de encontro com a afirmação da OMT *et al* (2008: 97), quando refere que o turismo é um fenómeno “desigualmente concentrado”. Em termos de estrutura regional, em 2008 o Algarve continuava a ser a região mais procurada para pernoitar, seguida de Lisboa e da Região Autónoma da Madeira, e simultaneamente as que contabilizaram mais proveitos em 2008. As regiões do Norte e Centro, ainda que apresentem um valor inferior no total das dormidas, registaram aumentos dos proveitos de 2,5% e 4,7%, respetivamente, ficando acima da média nacional (1,1%) (Costa & Gouveia, 2010).

A necessidade de desenvolver CST regionais e, através delas, conseguir identificar e isolar a componente turística da atividade económica de cada uma das regiões, surge

neste contexto como uma ferramenta fundamental para atenuar as desigualdades entre regiões. Deste modo, se a elaboração das CST nacionais é importante, a sua elaboração a nível regional apresenta uma relevância cada vez maior, com o aumento da influência e do poder dos governos regionais, os quais levam à necessidade de utilizar ferramentas de planeamento regional que, por sua vez, exigem dados estatísticos a um nível de desagregação geográfica cada vez maior.

Apesar de recomendado pela OMT, ainda são poucas as regiões que dispõem de um instrumento como a CST e, mais especificamente, no caso de Portugal, é possível afirmar que atualmente não existe no Continente casos singulares de implementação desta ferramenta. Contudo, os esforços nesse sentido começam a tornar-se visíveis, nomeadamente, no caso das ilhas dos Açores e Madeira, os quais em conjunto com as ilhas das Canárias, desenvolveram a Conta Satélite de Turismo da Macaronésia, para os anos de 2001 e 2002. Este projeto resultou da parceria do Serviço Regional de Estatística dos Açores (SREA), da Direção Regional de Estatística da Madeira (DREM) e do *Instituto Canário de Estadística* (ICE), aprovado no âmbito da iniciativa Comunitária INTERREG III-B, publicada em 2008. Com base nesta CST, a Região Autónoma da Madeira publicou um “*Estudo de implementação da Conta Satélite do Turismo na RA Madeira*”, em 30 de Maio de 2008, para o ano de 2001.

Segundo a DREM, SREA & ICE (2008), as Canárias, a Madeira e os Açores são regiões de forte tradição turística, cujo sector turístico é considerado prioritário para o desenvolvimento regional, o qual justifica plenamente a necessidade de se construir uma CST para estas três regiões. Em termos metodológicos, procuraram utilizar a mesma metodologia utilizada pelos Institutos Nacionais de Estatística a nível nacional (Portugal e Espanha), seguindo deste modo as recomendações estatísticas do turismo das Nações Unidas e o Manual de Implementação da CST da OMT, OCED e EUROSTAT (2001). Em termos de agregados económicos, esta CST fornece dados como: consumo turístico individual (recetor, interno e interior) e intermedio; contas de produção das atividades turísticas e restantes; Emprego nos ramos de turismo e oferta interna do consumo turístico interior.

No caso específico deste trabalho, o foco regional centra-se na região do Alentejo, considerada a maior região do país mas com um nível de desenvolvimento turístico pouco expressivo, embora segundo Rodrigues (2006) promissor.

Capítulo 5 Linhas orientadoras para o Cálculo do Consumo Turístico na Região do Alentejo

5.1 Caracterização da Região do Alentejo

O Alentejo constitui, de facto, a maior região de Portugal, ocupando uma área de 27.332,4 KM² (34.3% do território), constituída por 5 sub-regiões: Alentejo Litoral; Alto Alentejo; Alentejo Central, Lezíria do Tejo e Baixo Alentejo (Figura 5.1). É, por outro lado, a região portuguesa de menor densidade populacional devido ao facto de ser uma área marcada pelo êxodo rural, assim como de uma agricultura extensiva, pouco propícia à dispersão populacional (FEDER, 2007).

Em termos populacionais, em 2009 esta região apresenta uma densidade populacional de 23.8 hab/km² (dos 113.9 hab/km² do Continente), com uma taxa de crescimento efetivo da população de -0.48%, em 2009 (INE, 2010). Deste modo, baixas taxas de natalidade, envelhecimento da população, na medida em que do total de 753.407 pessoas da região do Alentejo, 23% têm mais de 65 anos, despovoamento do território e saldos migratórios negativos são fatores que marcam a região do Alentejo (INE, 2010).



Figura 5.1: Dimensão territorial do Alentejo

Fonte: FEDER (2007)

Em termos económicos, verificam-se elevados índices de desemprego no ano de 2009, com uma taxa de 10.5 de desemprego, sendo superada apenas pela zona Norte (11.0) do País, cuja população inativa centra-se nos 387.7 milhares, sendo a maioria reformados (190.9). Dentro da taxa de empregados (328.9 milhares), 35 mil pertencem ao sector primário (Agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca), cerca de 82 mil pessoas pertencem ao sector secundário (Indústrias extrativas; indústrias transformadoras; produção e distribuição de eletricidade, gás, vapor e ar frio; captação, tratamento e distribuição de água; saneamento, gestão de resíduos e despoluição; construção) e 212 mil ao sector terciário (serviços) (INE, 2010). Apesar de não ser a atividade principal, a região do Alentejo possui a maior Superfície Agrícola Utilizada (SAL) por exploração, com um total de 56.1 hectares, assim como a maior taxa de proporção de produtores agrícolas singulares com formação secundária ou superior (12%), com uma média de 63 anos por produtor agrícola singular (INE, 2010).

Segundo o Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT), o Alentejo constitui o reflexo da falta de qualificação dos recursos humanos, facto que pode por em causa a qualidade dos serviços turísticos (Turismo de Portugal, 2006). Em termos estatísticos, a maioria da população ativa, em 2009, têm apenas o 1º ciclo escolar (91.0 milhares), seguido do 3º ciclo (88.4 milhares), no qual apenas 47 mil têm ensino superior. A população empregada são, na sua maioria, trabalhadores não qualificados (52.3 milhares), seguido de operários artífices e trabalhadores não similares (INE, 2010).

Como destino turístico o Alentejo proporciona ao visitante uma oferta diversificada, com base em recursos naturais, patrimoniais, gastronómicas, aliadas a um modo de estar e ser característico e marcante desta região. Contudo, a região do Alentejo ainda tem um longo caminho a percorrer como destino turístico, apesar de, nos últimos anos, se assistir ao desenvolvimento e implementação de novos projetos turísticos, assim como a uma crescente consciencialização, por parte das Câmaras Municipais da importância económica, social, cultural e ambiental desta atividade (Rodrigues, 2006). Consequentemente, face a estes desafios, verifica-se uma clara aposta na formação dos recursos humanos, capacidade de atrair novos investimentos e consolidação dos já existentes, promoção de uma cultura turística junto da população local e, sobretudo, a capacidade das entidades locais de se mentalizarem e consciencializarem que o sector turístico não se compadece com fronteiras decorrentes da divisão territorial do país (Rodrigues, 2006).

Segundo o Turismo de Portugal (2006) os principais recursos turísticos a destacar na região do Alentejo são: Cidade de Évora; Praias; Castelos e fortalezas; Alqueva; Aldeias típicas; Pousadas; Património arqueológico e arquitetónico; Gastronomia e Vinhos.

Relativamente ao sector turístico, a região do Alentejo encontra-se delimitada ao baixo crescimento e forte dependência do mercado nacional, a taxas de ocupação (34,3%) e *RevPar*³ (25.9€) são baixos comparativamente com o panorama nacional, na medida em que a taxa de ocupação média nacional, em 2010, é de 53.1%, e a média do *RevPar* é de 43,2€ (INE, 2011). Os dados referentes ao ano de 2010 apresentam um total de dormidas na região do Alentejo de 126,5 milhares, com uma taxa de variação 12.3% face a 2011 (142,1 milhares). Contudo, comparado com o panorama nacional, com um total de 4.598,4 dormidas, em 2010, a região do Alentejo representa cerca de 3% do total das dormidas em Portugal (INE, 2011).

Segundo um estudo do Plano Operacional do Turismo do Alentejo (Turismo do Alentejo, 2009), é de destacar algumas limitações adjacentes a esta região, tais como:

- Modelo de organização turística desatualizado;
- Falta de afirmação de novos valores (ambientais, sociais e humanistas);
- Emergência e supremacia das novas Tecnologias de Informação e Comunicação;
- Presença insuficiente nos canais nacionais;
- Baixo nível de notoriedade nos canais internacionais;
- Baixa competitividade do destino deriva do baixo nível de integração de propostas turísticas;
- Produto apresentado com pouca integração das componentes turísticas;
- Alentejo surge associado apenas a imagens de cultura, natureza e gastronomia.

Em termos de dados turísticos gerais, a Região do Alentejo apresenta em 2009, 153 estabelecimentos, dos quais 38 são hotéis e 79 pensões. Por outro lado, o número de alojamento de turismo em espaço rural é deveras significativo nesta região, com um número total de 166 estabelecimentos, pertencentes maioritariamente ao Agroturismo (49) e Turismo rural (49) (INE, 2010a). A estada média na Região Alentejo centra-se no 1.7 número de noites, cuja taxa de ocupação-cama (liquida) se baseia nos 29.3%. O número total de dormidas nesta região, em 2009, foi de 1.104.315, sendo maioritariamente de turistas nacionais (837.684), seguido de Espanha (72.785), França (29.362) e Alemanha (25.011) (INE, 2010a).

³ *REVPAR* – Rendimento Médio por Quarto

Segundo as Estatísticas do Turismo (INE, 2010b), 16.3% dos visitantes da região do Alentejo, em 2009, teve como principal motivo a visita a Familiares e Amigos, seguido do Lazer, Recreio e Férias com 14.7%. Em termos de variação, verificou-se uma evolução das dormidas face a 2008 no Alentejo (+1.7%) e, mais concretamente, do mercado nacional, com um aumento de 5.5% de portugueses a pernoitar nesta região. De facto este mercado representa 75.9% do total de dormidas no Alentejo.

Contudo, a prospeção para esta região é otimista, pois segundo o Turismo de Portugal (2006), as dormidas de estrangeiros no Alentejo deverão atingir os 650 mil em 2015, correspondendo a um crescimento anual de 10,8%. Pretende-se que o destino esteja associado ao contraste entre “tranquilidade e diversão saudável” (Turismo de Portugal, 2006: 56). Além disso, é importante “crescer em qualidade e não em quantidade”, propondo o desenvolvimento de *resorts* integrados e Turismo Residencial, importantes para o desenvolvimento do turismo, sobretudo em regiões com menor expressão turística como o Alentejo, assim como a criação de um destino de excelência do produto Gastronomia e Vinhos (Figura 5.2).

Alentejo:
<ul style="list-style-type: none">◆ Crescimento em número e sobretudo em valor de turistas – misto de turismo nacional e internacional◆ <i>Cross-selling</i> com Lisboa◆ Contraste entre tranquilidade e diversão saudável◆ Aposta no <i>touring</i> (Alentejo) e Sol e Mar, assim como o Golfe (polo litoral Alentejano) para potenciar o crescimento do Turismo

Figura 5.2: Conceito/objetivo por região (NUTS II)

Fonte: Turismo de Portugal, 2007

Existem, deste modo, um conjunto de recursos e fatores distintivos (figura 5.2) para cada região de Portugal, cujo desempenho a curto/médio prazo irá estar alavancado a um conjunto de produtos específicos, os quais no caso do Alentejo estão relacionados com o *Touring*, seguido do Sol e Mar, ao passo que o Golfe, turismo náutico, *resorts* (turismo residencial) e saúde e bem-estar constituem produtos diversificadores da oferta (Turismo de Portugal, 2007).

5.2 Metodologias de implementação da CST ao nível Regional

Desenvolver uma Conta Satélite de Turismo para a região do Alentejo constitui um processo complexo e, ao mesmo tempo, benéfico para uma região cujo sector do turismo ainda tem pouca expressão. Através desta técnica, é possível calcular a importância do

turismo e, conseqüentemente, tornar-se num instrumento auxiliar para a conceção de políticas eficientes. Além disso, permite desenvolver a consciência, entre os vários agentes do turismo da região, sobre a importância económica desta indústria e quanto ao seu papel, como um importante fator económico em todas as indústrias que produzem bens e serviços procurados pelos visitantes e outros (OMT *et al*, 2008).

O aumento do interesse pelas estatísticas regionais (consumo turístico, produção turística, emprego, entre outros), permite uma compilação mais rigorosa da CST regional (MacFeely, 2008), assim como identificar e diferenciar os distintos mercados e produtos da região, favorecendo as tomadas de decisão (oportunidades de negócio) através de informações chave, quer de nível qualitativo, quer a nível quantitativo. Torna-se, inclusive vantajoso para o País, visto que permite e facilita a comparação de dados estatísticos entre diferentes regiões, tornando possível clarificar as desigualdades entre estas e destacar as mais desfavorecidas.

Contudo, tal como já referido no Capítulo 3, a elaboração da CST regional enfrenta alguns obstáculos, entre os quais se destaca a falta de um quadro conceptual para as contas económicas regionais e a escassez de informação estatística de qualidade, a nível regional, em inúmeros países. Assim, segundo OMT *et al* (2008), é recomendado o recurso a normas e recomendações internacionais e nacionais de estatística. No entanto, ao desenvolver as estatísticas do turismo ao nível regional, é importante ter em atenção alguns conceitos fundamentais, procurando obter um consenso entre as entidades nacionais e regionais de turismo, de modo a que determinados conceitos (ex.: ambiente habitual) sejam revistos e discutidos devidamente.

Da conferência Internacional de Turismo, realizada em Málaga, em Outubro de 2008, resultou o desenvolvimento de um conjunto de estudos relativos à elaboração das estatísticas de turismo numa escala regional, na tentativa de colmatar a escassez de informação estatística de qualidade para as regiões. Deste modo, Douglas Frechtling, professor de Estudos Turísticos da Universidade de George Washington (Estados Unidos da América), defende a importância da existência de uma CST nacional válida e atualizada como suporte ao desenvolvimento de uma CST regional, na medida em que são preservadas as mesmas definições e classificações presentes nas recomendações internacionais, nomeadamente, na *“Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework* (2008). Contudo, podem surgir contextos diferentes nos quais é desenvolvida a CST, aplicada no âmbito regional, mais especificamente:

1. Existência de uma CST nacional válida atualizada;
2. Existência de uma CST válida mas não atualizada;
3. Inexistência de uma CST para o país.

Na Tabela 5.1 apresentam-se as vantagens e os obstáculos provenientes das três situações de desenvolvimento da CST a nível regional, tendo em conta o nível de implementação e atualização da CST de nível nacional.

Tabela 5.1: Contexto em que se encontra inserida a implementação da CST regional

Existência da Conta Satélite de Turismo Nacional		
CST válida e atualizada	CST válida não atualizada	Inexistência de CST
<u>Vantagens:</u> <ul style="list-style-type: none">- Filosofia mais aproximada da CST nacional;- Colaboração dos <i>experts</i> e autoridades regionais adequadas;- Seguimento das definições e características da CST nacional;- Basear-se em dados nacionais já existentes e adaptá-los ao âmbito regional, com o apoio dos institutos nacionais de estatística;	<u>Vantagens:</u> <ul style="list-style-type: none">-As definições e as características de cobertura já foram estabelecidas anteriormente;- Sistema de Estatísticas de turismo que desenvolveu a CST original pode estar disponível para o desenvolvimento de uma CST regional	
<u>Desafios/Obstáculos:</u> <ul style="list-style-type: none">- Adaptação da tabela dos requisitos diretos em matéria de “produtos por indústria”, derivados da matriz I-O que abrange as 10 indústrias e produtos característicos para a região, de modo a produzir a versão regional da tabela 6.- Ter atenção à qualidade dos dados regionais;	<u>Desafios/Obstáculos:</u> <ul style="list-style-type: none">- Dados não são viáveis/atualizados;	<u>Desafios/Obstáculos:</u> <ul style="list-style-type: none">- Situação mais difícil para a elaboração da CST a nível regional;- Pode não existir um Sistema de Estatísticas do Turismo;- Ajustar às definições e classificações internacionais;

Fonte: Frechtling (2008)

Deste modo, a partir da Tabela 5.1, são facilmente verificáveis as inúmeras vantagens que caracteriza a primeira situação, nomeadamente o facto de se já possuir uma CST nacional válida e atualizada, para o respetivo desenvolvimento da CST a nível regional. Deste modo, o desenvolvimento da CST para a região do Alentejo deve contemplar esta realidade, embora seja necessário ter em conta a qualidade dos dados regionais adjacentes a esta região.

Relativamente ao número de tabelas, no caso da CST regional, é possível, numa primeira fase, desenvolver-se apenas cinco, devido à complexidade e ambiguidade dos dados exigidos para as 10 tabelas propostas pelas recomendações internacionais. Assim, de

uma forma mais simplificada, e tal como é possível verificar na Tabela 5.2, é possível desenvolver dados como: (1) consumo turístico interior; (2) oferta interior; (3) contas de produção das indústrias turísticas e outras; (4) emprego nas indústrias turísticas e (5) indicadores não monetários, através dos quais é possível avaliar o contributo económico turístico numa região (Frechtling, 2008).

Tabela 5.2: Diferença entre as tabelas da CST nacional e as da CST regional

Indicadores Económicos	Nível Nacional	Nível Regional
Procura Turística		
Consumo Turístico	Tabela 1 – Consumo Turístico recetor Tabela 2 – Consumo Turístico doméstico Tabela 3 – Consumo turístico emissor Tabela 4 – Consumo turístico interior;	Tabela 4 – Consumo Turístico interior;
Consumo Coletivo	Tabela 9 – Consumo Turístico Coletivo, por produtos e níveis de Governo	
Formação Bruta de Capital Fixo	Tabela 8 – Formação Bruta de Capital Fixo do turismo e outras indústrias	
Oferta Turística		
Valor Acrescentado Turístico	Tabela 6 – Oferta e Consumo turístico interior, por produtos;	Tabela 6 – Oferta interior e consumo turístico interior total;
Produção Turística	Tabela 5 – Contas de Produção das indústrias do Turismo e outras indústrias;	Tabela 5 – Contas de Produção das indústrias turísticas e outras;
Emprego	Tabela 7 – Emprego nas indústrias Turísticas	Tabela 7 – Emprego nas indústrias turísticas;
Indicadores não monetários	Tabela 10 – Indicadores não monetários	Tabela 10 – Indicadores não monetários;

Fonte: Frechtling (2008)

Em suma, as circunstâncias de um país no que respeita à Conta Satélite do Turismo, nomeadamente ao nível de dados existentes e a colaboração entre entidades, determinam o enfoque que deve ser dado para elaborar a CST regional para as respetivas regiões.

5.3 Componentes do Consumo Turístico

Tendo em conta a figura 5.3, o enfoque deste trabalho será no consumo turístico (tabela 4 da CST regional), o qual é definido como o total de despesas consumidas pelo visitante ou em nome do visitante para e durante a sua viagem e estadia no país. De acordo com esta, é possível verificar que o consumo turístico global pode ser categorizado: em consumo turístico efetivo e em consumo intermédio das unidades produtivas residentes.

Muitas vezes, estas últimas realizam despesas a favor dos seus empregados no âmbito de viagens de negócios, incentivos ou para participarem em atividades formativas (exemplo: seminários e congressos).

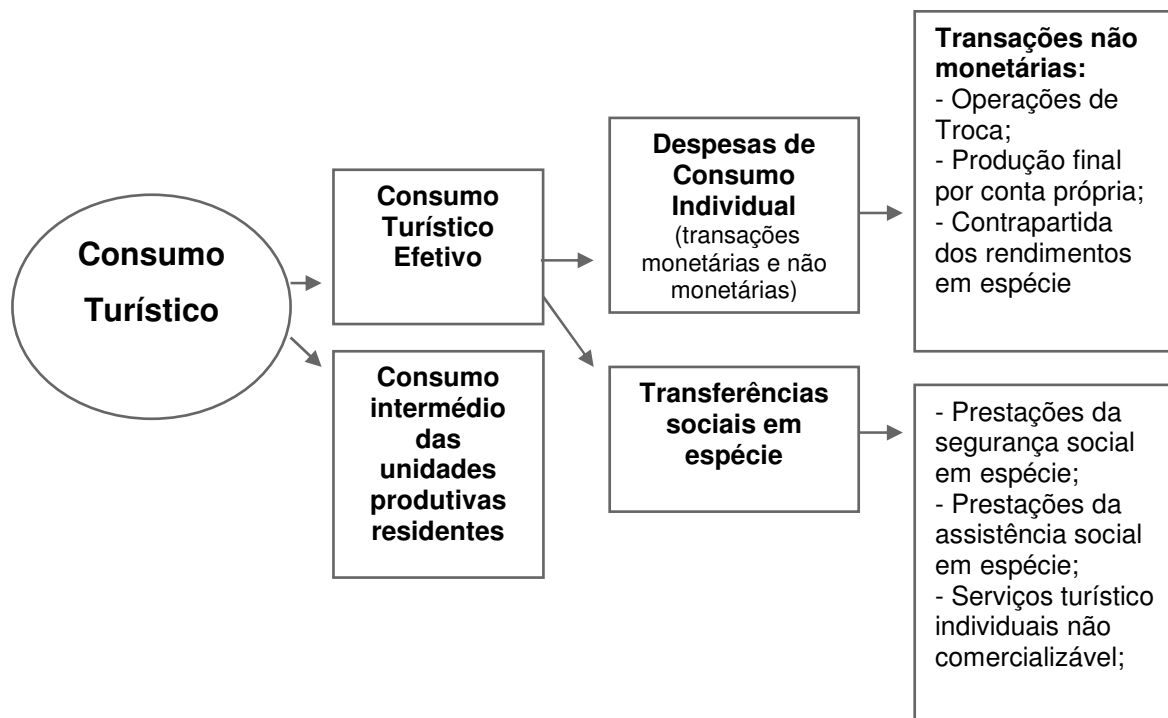


Figura 5.3: Componentes do Consumo Turístico

Fonte: OMT (2000: 23)

O consumo turístico efetivo engloba, quer as despesas finais dos visitantes, mais as transferências sociais em espécie (recebidas da administração pública, transferências das instituições sem fins lucrativos aos serviços das famílias e de famílias residentes) nas regiões visitadas. Embora estas transferências sociais desempenhem um papel importante no consumo turístico, devido sobretudo à dificuldade na sua contabilização, não são alvo de estudo e análise neste documento, sendo apenas analisadas as despesas de consumo final.

Em termos de especificidades da procura turística quando se está a desenvolver uma CST a nível regional destaca-se a necessidade de desagregar as despesas turísticas de acordo com o local de residência, em três grupos:

- I. Visitantes residentes na própria região, ou seja, moradores de uma região, que viajam dentro da respetiva região;
- II. Visitantes provenientes de outras regiões do país, ou seja residentes nacionais que provêm de outras regiões do país;

- III. Visitantes provenientes de outros países, ou seja visitantes internacionais provenientes de outro país;

5.4 Categorização das Despesas Turísticas

Segundo a OMT (2000) para a análise das despesas turísticas ao nível de uma região, é necessária a sua categorização de acordo com:

- ◆ Local onde a despesa turística é efetuada;
- ◆ Período em relação à viagem em que a despesa é efetuada;
- ◆ Tipos de Bens e serviços consumidos

Deste modo, para avaliar os impactos económicos do turismo ao nível regional, importa definir a localização geográfica das despesas turísticas. Neste caso em particular, a região que constitui alvo de estudo é o Alentejo. Assim sendo, o objetivo centra-se na quantificação das despesas dos visitantes que viajam para a região do Alentejo.

Além da localização geográfica das despesas turísticas, é importante definir o momento em que se realiza a viagem, ou seja, antes, durante e depois da viagem, (OMT, 2000). Esta definição depende do tipo de visitante em análise, na medida em que a avaliação das despesas do turismo doméstico (visitantes da própria região) incorpora as despesas realizadas antes, durante e depois da viagem; as despesas do turismo recetor (internacional), assim como dos visitantes provenientes de outras regiões, incluem as despesas realizadas durante a visita à região do Alentejo.

Os tipos de bens e serviços consumidos pelos visitantes diferem de acordo com o momento em relação à viagem, nos quais esses consumos são realizados. Na figura 5.4, é possível verificar um conjunto de bens e serviços adquiridos pelos visitantes, antes, durante e depois da sua viagem (OMT, 1999a).

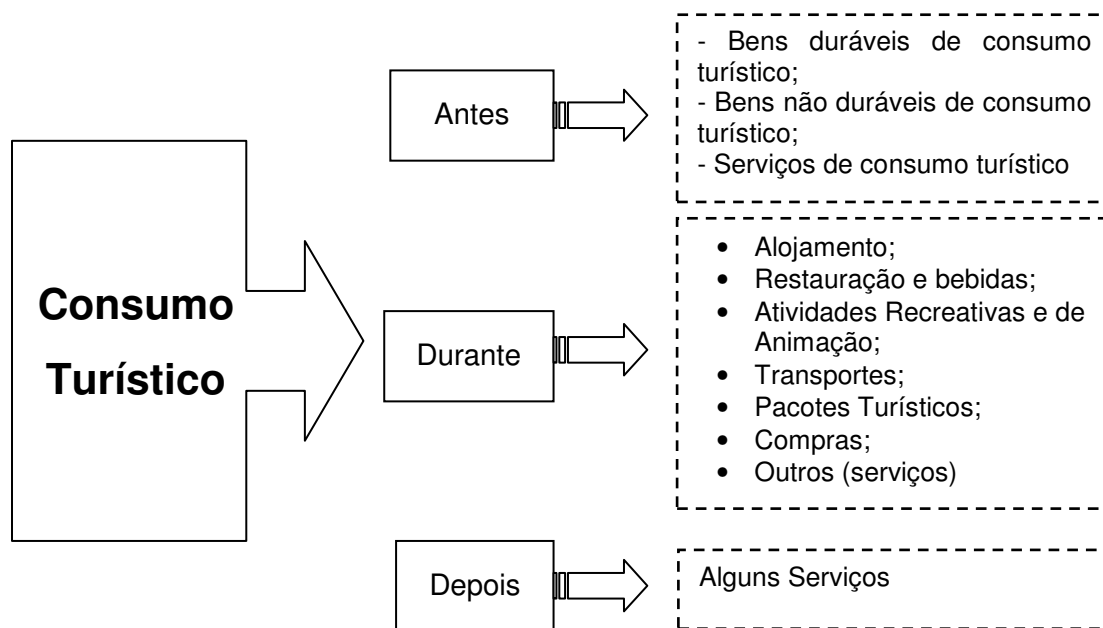


Figura 5.4: Bens e serviços de Consumo Turístico (antes, durante e após a viagem)

Fonte: elaboração própria com base na OMT (1999a; Eusébio, 2006)

O momento antes da viagem diz respeito ao valor dos bens e serviços adquiridos pelo visitante na preparação para, ou antecipação de, uma ou mais viagens. Segundo a OMT (2000), as despesas turísticas de maior interesse para calcular o impacto turístico do sector turístico para uma região, constituem as despesas realizadas durante a viagem. Para tal, é necessário discriminar as despesas turísticas de acordo com as seguintes categorias:

- | | |
|---|---|
| I. Pacote de viagens, férias e circuitos organizados; | V. Lazer, cultura e atividades desportivas; |
| II. Alojamento; | VI. Compras; |
| III. Alimentação e bebidas; | VII. Outros. |
| IV. Transportes; | |

I. Pacote Turístico, Férias e Circuitos Organizados

Um Pacote Turístico (ou pacote de férias, circuitos organizados) compreende dois ou mais produtos, os quais são adquiridos pelo visitante como uma única entidade. Tais pacotes podem incluir o transporte, o alojamento, assim como o serviço de restauração e bebidas, aluguer de carros, excursões, teatro ou entrada em atrações turísticas, bem como em qualquer outro produto de interesse para os turistas. Contudo, este pacote turístico é apresentado na CST sob a forma de um preço único, o qual é normalmente mais barato do que o custo agregado de todos os produtos, se adquiridos separadamente pelo turista. Além disso, existem pacotes turísticos para excursionistas, ou seja, o pacote

não tem necessariamente de incluir uma noite de alojamento no destino, pois existem pacotes, por exemplo, que incluem um passeio turístico, acompanhado de refeição e/ou entradas noutras atracções turísticas (OMT, 2000). Devido às características dos pacotes turísticos, torna-se necessário, neste tipo de estudos, distribuir o preço do pacote turístico pelos diferentes produtos que o compõem e identificar a componente que fica na economia de compilação (economia que se encontra em análise, sendo neste caso específico a região do Alentejo). Desta forma, a análise dos pacotes turísticos implica um cálculo específico, explicado mais à frente, no subcapítulo 5.6.

Em anexo (3), encontra-se uma lista de produtos que podem ser incluídos no pacote turístico, cuja obtenção deve ter como base um inquérito por questionário aos visitantes, os quais devem enumerar quais os itens que estão incluídos no seu pacote de viagem, sendo depois necessário identificar qual a parte do pacote turístico que fica na economia da região de destino (OMT, 2000).

II. Alojamento

O alojamento constitui um eixo fundamental do turismo. Deste modo, qualquer lugar que seja utilizado pelos turistas para pernoitar o mais tempo possível num destino constitui um meio de alojamento turístico (OMT, 1995b).

Assim sendo, as despesas em alojamento englobam (OMT, 2000: 36):

- Despesas de alojamento em estabelecimentos coletivos, como hotéis e similares, parques de campismo, colónias de férias;
- Despesas com alojamento privado;
- Despesas de alojamento relativas ao espaço de caravanas ou casas móveis e outras despesas de amarração de barcos;
- Aluguer de caravana ou casa móvel;
- Despesas fixas, tais como taxas governamentais, ou de manutenção e reparação, como no caso da casa de férias;
- Despesa de alojamento em transportes públicos, nos quais existe uma taxa específica para alojamento (comboios, carruagens, atrelados...);

Contudo, no caso de o alojamento incluir as refeições e bebidas, como no caso de um *resort* turístico, os custos totais devem ser considerados como despesas de alojamento. No entanto, se os custos das refeições são discriminados na conta final do visitante, estas devem ser incluídas nas despesas de alimentação e bebidas.

III. Alimentação e Bebidas

A categoria de alimentação e bebidas corresponde a uma das mais complexas componentes, na sequência do cálculo do respetivo consumo, visto que esta pode ser utilizada quer por inúmeros visitantes, quer pelos próprios residentes. Contudo, segundo a OMT (2000), as despesas neste sector compreendem:

- Alimentos e bebidas consumidas em restaurantes, cafés, bares e discotecas;
- Alimentos e bebidas consumidas num estabelecimento de alojamento, cuja despesa das refeições esteja separada do preço do alojamento;
- Alimentos e bebidas fornecidos num meio de transporte publico, desde que estes sejam cobrados separadamente e não estejam incluídos na tarifa de transporte;
- Alimentos e bebidas vendidas em pontos de venda, que inclui alimentos e bebidas compradas em supermercados, mercearias, bancas de comércio, lojas *fast food* ou *takeaway* e outras lojas de retalho alimentar.

IV. Transporte

É fundamental classificar os meios de transporte utilizados pelos visitantes para viajar do seu local de residência habitual para os destinos visitados, assim como os meios de transporte utilizados no local visitado durante a visita. Deste modo, um visitante pode utilizar um ou mais meios de transporte para alcançar o destino turístico. Contudo, o transporte utilizado para executar a distância maior, é tido como o principal meio de transporte para fim de classificação das viagens turísticas domésticas. As despesas em transporte estão relacionadas com as seguintes despesas dos visitantes:

- Viagem entre o local de residência do visitante e o aeroporto ou outra terminal de transporte (ex. táxis, autocarro, limusina);
- Viagem a partir do terminal de origem até ao terminal de transporte do destino;
- Viagem entre o terminal de transporte do destino até ao local de alojamento;
- Viagem de e para a residência do visitante e todos os espaços visitados por veículos pessoais;
- Viagens realizadas no mesmo dia ou durante a visita no destino, tais como excursões, passeios panorâmicos, etc.

V. Lazer, Cultura e Atividades Desportivas

O item 5 diz respeito ao Lazer, Cultura e Atividades Desportivas, o qual inclui despesas relativas à realização destas atividades, nomeadamente, despesas de aluguer ou compra de equipamentos necessários. Deste modo, as despesas que estão incluídas nesta categoria dizem respeito:

- Taxas de acesso a museus, parques (parques de diversões; parques temáticos; parques de jogos, caça), monumentos e espaços culturais e eventos desportivos ou musicais;
- Taxas de aluguer e outros encargos pagos devido à utilização das instalações e equipamentos de lazer, recreio e desporto;
- Taxas de entrada em espaços de entretenimento, como clubes noturnos, discotecas e locais de jogo (casinos, bingos); despesas com alimentação e bebidas devem ser introduzidas nesta categoria, desde que o objetivo principal da visita seja o lazer e recreio; caso contrário devem estar inseridos na categoria de Alimentação e Bebidas;
- Despesas com compra, reparação e manutenção de equipamentos desportivos ou de recreação, feitas durante a viagem;
- Combustível e outros custos associados relativos aos equipamentos desportivos ou de recreação dos visitantes (excluindo os custos relativos ao transporte);
- Taxas pagas para a aquisição de informação e instrução de modo a permitir ao visitante realizar determinadas atividades recreativas e desportivas específicas durante a viagem (aulas de esqui, aulas de mergulho...);
- Custos com pequenas excursões e guias turísticos contratados (excluindo despesas de transporte).

VI. Compras

O item 6 corresponde à despesa de bens (mas não serviços) consumidos antes, durante e depois da viagem. Segundo a Organização Mundial de Turismo (1995b) estão incluídos neste item as seguintes categorias: souvenirs; bens livres; vestuário e calçado; produtos de tabaco; produtos de higiene pessoal; e outros bens. Contudo, no âmbito da CST, a OMT (2000) sugere que devem ser excluídas desta categoria todas as despesas na aquisição de bens de alimentação e de bebidas, as quais deverão ser incluídas na categoria da alimentação e bebidas; deverão também ser excluídas as referentes à compra de bens relacionados com os transportes, as quais deverão ser incluídas na categoria dos transportes.

VII. Outros

O item 7 corresponde à despesa de serviços (e não produtos) adquiridos na viagem. Deste modo, alguns exemplos de tipos de serviços incluídos neste item são (OMT, 2000:40):

- a) Taxas de câmbio e cheques de viagem, assim como outros impostos e taxas atribuídas a produtos, embora não diretamente atribuíveis ao alojamento, transporte e outras categorias de despesa já mencionadas;
- b) Seguro de viagem;

- c) Comunicação e honorários pagos a empresas de serviços relacionadas com a viagem, embora estas despesas tenham de ser identificadas separadamente (exemplo: compra de um *tour* pela cidade);
- d) Compra e impressão de fotografias;
- e) Serviços pessoais, tais como: cabeleireiro; sauna; massagens; cuidados de beleza, etc;
- f) Compra/troca de bagagem e acessórios de viagem.

Embora a maioria das despesas efetuadas por um visitante ocorram durante a visita à região, existem algumas despesas que podem ser realizadas após a viagem, nomeadamente, a revelação e impressão de fotos e despesas na reparação de alguns bens duráveis (exemplos: veículos, câmaras fotográficas).

5.5 Cálculo das Despesas Turísticas para a Região Alentejo

Para o cálculo das despesas turísticas dos visitantes, tal como proposto neste trabalho, é necessário associar o tipo de visitante ao respetivo momento da viagem. Deste modo, segundo a Tabela 5.3, é possível verificar os respetivos componentes turísticos associados a cada momento (Anexo 4), assim como a cada tipo de visitante.

Tabela 5.3 - Componentes do Consumo Turístico

Visitantes Internacionais	Visitantes Nacionais	Visitantes da Região
Despesas realizadas <u>durante</u> a visita: <ul style="list-style-type: none">• Pacotes Turísticos;• Alojamento;• Alimentação e bebidas;• Transportes;• Lazer, cultura e atividades desportivas;• Compras;• Outros;	Despesas realizadas <u>durante</u> a visita: <ul style="list-style-type: none">• Pacotes Turísticos;• Alojamento;• Alimentação e bebidas;• Transportes;• Lazer, cultura e atividades desportivas;• Compras;• Outros;	Despesas realizadas <u>antes</u> da visita: <ul style="list-style-type: none">• Bens e Serviços duráveis e não duráveis (Anexo 5); Despesas realizadas <u>durante</u> a visita: <ul style="list-style-type: none">• Pacotes Turísticos;• Alojamento;• Alimentação e bebidas;• Transportes;• Lazer, cultura e atividades desportivas;• Compras;• Outros; Despesas realizadas <u>depois</u> da visita: <ul style="list-style-type: none">• Bens e serviços diretamente relacionados com a viagem;

Fonte: Adaptado de OMT (1999)

É apresentado neste documento uma metodologia para quantificar as despesas dos respetivos visitantes da Região do Alentejo. Esta metodologia, além dos conceitos e definições referidas nos subcapítulos 5.2, 5.3 e 5.4, exemplifica o método de obtenção de dados primários para o estudo em causa, assim como refere fontes de dados

secundárias pesquisadas para a região do Alentejo e tidas como fundamentais para o cálculo das respetivas despesas.

5.5.1 Quantificar as despesas turísticas dos visitantes internacionais no Alentejo

Para calcular as despesas turísticas dos visitantes provenientes de outros países que visitam o Alentejo é importante obter os seguintes dados relativos às despesas realizadas apenas durante a viagem, na medida em que as despesas relativas ao momento antes e depois da visita encontram-se, normalmente, associados a despesas efetuadas na economia de origem. Para quantificar as despesas relativas ao momento durante a viagem é fundamental obter os seguintes dados:

- ✓ Número total de visitantes internacionais;
- ✓ Estada média dos visitantes;
- ✓ Despesas médias diárias por visitante efetuadas durante a visita;

Em termos matemáticos, traduz-se na equação presente na Figura 5.5.

Equação	Onde:
$DTDV = NV \times EMV \times \sum_{i=1}^n DDPV_i$	T- Período de Tempo i – Produtos turísticos consumidos DTDV – Despesa total durante a viagem NV – Número de visitantes EMV – Duração da estada média dos visitantes DDPV – Despesa diária por visitante

Figura 5.5 – Formalização matemática do cálculo das despesas totais dos visitantes internacionais

Fonte: Eusébio (2006)

Os dados utilizados na quantificação das despesas turísticas totais podem ser obtidas com recurso a:

- ◆ Fontes de dados Secundários:
 - Estatísticas Oficiais Nacionais;
 - Outras informações estatísticas;
- ◆ Fontes de dados Primários:
 - Inquéritos aos visitantes;
 - Inquéritos às empresas que fornecem bens e serviços aos visitantes;

5.5.1.1 Fontes de Dados Secundários

É importante começar por avaliar os dados secundários existentes relativos às despesas turísticas, quer por uma questão de maior rapidez na obtenção de dados, quer por redução de custos. Deste modo, os dados secundários existentes, para a região do Alentejo, e tendo em conta as Instituições responsáveis pela recolha e publicação de

indicadores turísticos, quer de nível nacional, quer a nível regional, estão apresentados na Tabela 5.4.

Tabela 5.4 - Fontes de Dados Secundários e respetivos resultados

Documentos publicados	Instituições que recolhem e publicam os dados	Instrumentos de recolha dos dados	Indicadores económicos da atividade turística
- Conta Satélite de Turismo de Portugal (2003);	Instituto Nacional de Estatística (INE);	<ul style="list-style-type: none"> - Balança de Pagamentos; - Inquéritos aos Gastos dos estrangeiros⁴; - Inquéritos à permanência de hóspedes; - Contas Nacionais; - Movimento das Fronteiras; - Quadro de empregos; 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo turístico recetor; • Outras componentes do Consumo turístico (turismo de negócios, residências secundárias);
- Inquéritos aos Gastos dos Estrangeiros em Portugal (2004);	Instituto Nacional de Estatística (INE);	<ul style="list-style-type: none"> - Realização de 9.525 entrevistas, 9.025 aos turistas e 500 aos excursionistas; - Em seis regiões de Portugal, exceto nos Açores; 	<ul style="list-style-type: none"> - Percentagem de hóspedes estrangeiros (24.1%); - Origem dos Visitantes; - Gastos médios turistas/excursionistas por dia/origem do visitante; - Estrutura dos Gastos;
- Anuário Estatístico da Região do Alentejo (2010)	Instituto Nacional de Estatística (INE);	<ul style="list-style-type: none"> - Contas regionais do Alentejo; - Dados fornecidos através da participação de 111 empresas (Hotéis, Pousadas, Turismo em Espaço Rural, Parques de Campismo; Alojamento Local; Pousada de Juventude). 	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Indicadores de Hotelaria:</u> - Estada média nos estabelecimentos; - Percentagem de hóspedes estrangeiros; - Taxa ocupação-cama; - N.º de dormidas e hóspedes; - País de Origem; - Proveitos totais por Alojamento;
Informação disponibilizada por algumas empresas que integram a atividade turística	- Porto Marítimo de Sines; - Postos de Turismo de: <ul style="list-style-type: none"> - Évora; Beja; Estremoz; Marvão; Alvito; Portalegre; Castro Verde; Montemoro-Novo; Santiago 	<ul style="list-style-type: none"> - Os dados provenientes dos postos de turismo foram enviados por <i>email</i>; - Os dados são registados mensalmente tendo em conta a presença de turistas no Posto 	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Embarcações de Recreio:</u> - Origem dos visitantes; - N.º de embarcações; - Estada média; - <u>Fluxos de Transporte Ferroviário:</u> - Número de Passageiros transportados por região de destino/ origem;

⁴ Atualmente este inquérito encontra-se suspenso, na medida em que não está a ser realizado pelo INE.

Documentos Publicados	Instituições que recolhem e publicam os dados	Instrumentos de recolha dos dados	Indicadores económicos da atividade turística
	do Cacém; Sines; Vila Nova de Milfontes; Odemira; Santa Clara-a-Velha; Zambujeira do Mar.	de Turismo;	<u>Dados obtidos dos Postos de Turismo:</u> - Origem dos visitantes;

Fonte: Elaboração própria, com base em: INE (2003; 2004; 2010); Rede Ferroviária Nacional (REFER, 2009); Boletim estatístico do porto de Sines (2010) e dados fornecidos pelos Postos de Turismo dos respetivos municípios e *sites* oficiais da Camara Municipal de Évora (2010); Camara Municipal de Beja (2009).

Tendo em conta a tabela 5.4, é possível determinar dados importantes relativamente às despesas dos visitantes internacionais na região do Alentejo. Segundo a CST nacional (INE, 2003), é possível consultar dados relativos ao consumo turístico recetor, mas apenas de âmbito nacional, não sendo possível obter dados deste tipo de consumo ao nível da região do Alentejo. No que diz respeito ao Inquérito dos Gastos dos Estrangeiros (INE, 2004), é possível determinar os gastos médios (a preço corrente) dos turistas estrangeiros (119.5€), no ano de 2003, assim como dos excursionistas (57.5€), sendo maioritariamente gastos em hotéis, cafés e restaurantes (63.7%). Contudo, esta informação, apesar de fornecer dados fundamentais das despesas dos visitantes, não se encontra discriminada por regiões, e deste modo, não é possível definir os gastos médios dos visitantes estrangeiros na região do Alentejo.

De acordo com os indicadores da hotelaria, no ano de 2009, é possível retirar dados como: estada-média (1.7 noites); número de dormidas (1.104.315) e hóspedes (655.386) estrangeiros por tipo de unidades de alojamento, assim como os proveitos totais e de aposento por unidade de alojamento (57.588.449€ totais e 37.408.967€ de aposento) (INE, 2010a). Contudo, em comparação com as outras fontes de dados, o recurso aos registos estatísticos das unidades de alojamento, apresentam três limitações:

- (I) Não apresentam dados sobre excursionistas;
- (II) Não apresentam dados sobre tipos de alojamento cujo registo não é obrigatório (casas de familiares e amigos) ou não se encontram licenciadas;

Relativamente às embarcações de recreio (Anexo 6) constituem dados secundários de relativa importância, embora segundo a OMT (1995) a utilização de determinados dados registados através, por exemplo, da lista de passageiros do transporte ou bilhetes comprados, é possível conhecer o número de passageiros transportados, o ponto de

embarque e desembarque, a data de transporte e o preço dos bilhetes. Contudo, com base na informação disponível a nível da região do Alentejo, não é possível discriminar as despesas gastas pelos visitantes ao nível dos transportes. Para além desta falha de informação, esta fonte apresenta algumas limitações (OMT, 1995c):

- ◆ Dados disponíveis são limitados;
- ◆ Visitantes domésticos não podem ser distinguidos de visitantes internacionais;
- ◆ Exclui aqueles que viajam de veículo próprio e outros meios de transporte não abrangidos por bilhetes de viagem.

Relativamente aos Postos de Turismo, em resposta ao *email* enviado, foram fornecidos dados relativos apenas à origem dos visitantes (Anexo 7). Embora estas informações sejam tidas como importantes para análise da origem dos visitantes para as estatísticas regionais, não são fundamentais para o estudo em causa. Além disso, este tipo de informação apresenta diversas limitações: não existe distinção entre turistas e excursionistas; o número de turistas que entra no Posto de Turismo não representa a totalidade dos visitantes no respetivo município, na medida em que inúmeros visitantes não frequentam o Posto de Turismo; não fornecem resposta relativamente às despesas dos visitantes da região do Alentejo.

Deste modo, é possível concluir que em termos de estatísticas publicadas pelos organismos públicos e privados para a região do Alentejo, não é possível obter os dados necessários para quantificar as despesas turísticas dos visitantes estrangeiros para a respetiva região. Todas as fontes de dados secundárias analisadas não fornecem dados sobre as despesas relativas aos visitantes não residentes, assim como apresentam diversas limitações na respetiva análise. Assim sendo, não é viável o uso de dados secundários existentes, tornando desta forma, necessário o recurso a dados primários.

5.5.1.2 Fontes de Dados Primários

Devido à ausência de dados secundários de qualidade e adequados ao objetivo do estudo, surge a necessidade de recorrer aos dados primários. Embora inerentes a estes, estejam custos financeiros e temporais muito elevados, a possibilidade de existirem desvios e incorreções no processo de recolha são reduzidos.

O método mais utilizado para recolher informação sobre as características dos visitantes, inclusive os comportamentos de consumo é o inquérito (Eusébio, 2006). Neste caso, surgem diversas questões que devem ser estudadas, analisadas e respondidas de modo a que o processo de recolha de dados seja bem-sucedido:

- a) Quem inquirir?
- b) Como inquirir e o que inquirir?
- c) Onde inquirir?
- d) Quando inquirir?

a) Quem inquirir?

No processo de definição da população-alvo, os investigadores podem selecionar os intervenientes do sistema turístico mais convenientes para o estudo, nomeadamente, os visitantes (procura) ou as entidades que fornecem bens e serviços aos visitantes (oferta). Tendo em conta o objetivo de estudo (conhecer as despesas turísticas dos visitantes internacionais), torna-se preferível inquirir os visitantes, na medida em que as informações provenientes das entidades fornecedoras de bens e serviços turísticos são limitadas (OMT, 1995c). Deste modo, a população-alvo é constituída por todos os visitantes internacionais que visitam a região do Alentejo.

Sob a perspetiva da impossibilidade de inquirir todos os elementos da população-alvo, é fundamental recorrer a um inquérito por amostragem. No caso específico dos visitantes internacionais, é viável a execução da técnica de amostragem probabilística por *clusters*, na qual a população-alvo é, inicialmente, dividida em subpopulações ou *clusters*, em seguida selecionam-se aleatoriamente alguns desses *clusters* e inquirem-se todos os elementos pertencentes a esse *cluster* (Eusébio, 2006). No entanto, tendo em conta que o comportamento de consumo dos visitantes tende a ser heterogéneo, em termos espaciais, assim como apresentam variabilidade no tempo e por tipo de visitante, torna-se preferível a adoção do processo de amostragem *Multi-stage cluster*. Através deste, a definição dos *clusters* baseia-se em variáveis como: período da visita; área visitada e tipo de visitante (Eusébio, 2006). Deste modo, o processo de amostragem por *Multi-stage clusters* passa pelas seguintes etapas:

- i. Divisão da Região em três sub-regiões;
- ii. Seleção aleatória dos meses e dias para efetuar a recolha de dados:
 - a. Época alta;
 - b. Época baixa;
 - c. Época intermédia;
- iii. Seleção aleatória dos locais de inquirição
- iv. Seleção aleatória dos entrevistados (visitantes internacionais) a inquirir;

A divisão em sub-regiões deve-se, sobretudo à heterogeneidade presente na distribuição espacial da procura turística, assim como dos produtos turísticos oferecidos, ao longo de toda a região. A divisão temporal da amostra permite contemplar a variabilidade da

procura turística em termos de distribuição temporal. Por último, são definidos os *clusters* que constituem a amostra. De acordo com esta técnica define-se que, no dia *X*, no concelho *Y* e no ponto de inquirição *Z*, é possível inquirir todos os visitantes (Eusébio, 2006).

Este tipo de amostragem permite o decréscimo dos custos, assim como o aumento da eficiência e precisão dos dados de amostragem. Além disso, o investigador também deverá escolher entre uma amostragem de grupos ou uma amostragem por indivíduos. Assim sendo, no caso específico do Alentejo, seria utilizada uma amostragem por visitante, pois tal como defende a OMT (1995c), cada visitante deve responder ao questionário sobre as despesas efetuadas pelo grupo de viagem e, posteriormente, o investigador deve calcular a despesa média por pessoa, com base na dimensão do grupo.

b) Como inquirir e o que inquirir?

Segundo a OMT (1995c), existem dois métodos que podem ser utilizados para inquirir os visitantes internacionais: os questionários (preenchimento é feito pelo entrevistado); e as entrevistas (preenchimento é feito pelo entrevistador). Para o Alentejo, o questionário surge como método mais apropriado, visto ser necessária a obtenção de informação quantitativa sobre o valor das despesas, a respetiva distribuição dessas despesas pelos diferentes bens e serviços consumidos, as características do visitante, assim como as da viagem. Contudo, surge a necessidade de definir o tipo de perguntas e o seu conteúdo. Além de poder incluir questões abertas, o questionário é maioritariamente constituído por questões fechadas e/ou mistas.

Relativamente ao conteúdo do questionário é importante o investigador inquirir o visitante relativamente ao valor das despesas, o tipo de despesas e a sua localização geográfica. No caso específico dos visitantes internacionais, o foco principal são as despesas realizadas durante a viagem (quanto gastam, onde gastam e quantos são) nomeadamente nas componentes do turismo (Pacotes Turísticos; Alojamento; alimentação e Bebidas; Transportes; Cultura, Lazer e recreação; Compra; e Outros).

Uma das considerações a ter em conta quando se efetuam pesquisas relativas às despesas dos visitantes, tem a ver com a capacidade dos visitantes se lembrarem dessas despesas (OMT, 1995c). Deste modo, surge a possibilidade de delimitar o tipo de despesa do visitante, tal como sugere Yuan (2001, *cit.* Eusébio, 2006), e pedir aos turistas que descrevam as despesas relativas a um dia da visita, à sua escolha. Assim sendo, e tendo em conta os resultados obtidos, as taxas de resposta elevadas e a

qualidade dos dados, este é o método preferível para inquirir os visitantes internacionais da região do Alentejo.

Em termos de método de administração do questionário a aplicar durante a visita, consideram-se os mais adequados os presentes na Figura 5.6.

Tipo de Administração do questionário	Custos	Benefícios		
		Taxa de Resposta	Validade das Respostas	% Questionários completos
Abordagem pessoal/direta	Elevado	Elevada	Potencialmente elevada	Mais elevada
Abordagem pessoal via intermediário	Reduzido	Reduzida	Menos controlável	Mais reduzida
Abordagem impessoal via intermediário	Reduzido	Muito Reduzido	Menos controlável	Mais reduzida

Figura 5.6 - Métodos de administração dos questionários aos visitantes internacionais da Região do Alentejo

Fonte: Eusébio (2006: 67)

O tipo de abordagem via intermediário implica a colaboração de organizações que têm contacto direto com os visitantes, de forma que entreguem os questionários aos visitantes para serem preenchidos. Embora tenha custos mais reduzidos, as taxas de respostas são menores que a abordagem pessoal.

De acordo com a Figura 5.6, é possível concluir que a abordagem pessoal direta aos visitantes durante a visita ao Alentejo, embora associada a custos mais elevados, também possibilita taxas de resposta mais elevadas, diminuindo enviesamentos provocados pelas não-respostas. Trata-se, deste modo, do método mais adequado para a obtenção de resultados válidos, assim como permite a possibilidade de verificar e clarificar algumas das questões mais complexas. Neste tipo de abordagem é fundamental a seleção, formação e controlo dos entrevistadores, de modo a motivar os visitantes a responder ao questionário. Segundo a OMT (1995c), o ato de inquirir consiste, maioritariamente, em comunicar, e deste modo, os entrevistadores devem ser selecionados de acordo com a sua capacidade de comunicação e predisposição para criar um bom relacionamento com os entrevistados. O domínio de línguas estrangeiras, neste caso específico, torna-se fundamental nesta etapa. Tendo em conta que a maioria, dos turistas estrangeiros são: nacionais (837.684); Espanhóis (72.785); Franceses (29.362); Alemães (25.011), assim como um crescente aumento dos mercados

provenientes dos Países Baixos (18.376), é fundamental a tradução dos questionários às respetivas línguas destes mercados principais da região do Alentejo (INE, 2008a).

Antes de se passar para o local de inquirição, é fundamental efetuar um pré-teste do questionário, ou seja, desenvolver um questionário piloto como forma de ensaio de todos os elementos do questionário, antes que seja realmente aplicado. Através deste, é possível identificar eventuais questões confusas, perguntas ofensivas e outras informações que possam prejudicar o preenchimento do questionário. Assim sendo, é permitido melhorar o documento, com vista à obtenção de respostas válidas e completas.

C) Onde inquirir o visitante na região do Alentejo?

No que diz respeito aos pontos de inquirição que podem ser utilizados na região do Alentejo, é possível inquirir em:

- ◆ Pontos fronteiriços (terrestres, marítimos e aéreos);
- ◆ Unidades de alojamento turístico;
- ◆ Meios de transporte utilizados;
- ◆ Atracções turísticas;
- ◆ Postos de informação turística.

A nível regional, a inquirição em pontos de fronteira não faz sentido, visto não existir fronteiras terrestres ao nível da região do Alentejo, assim como o respetivo controlo destas. No caso das unidades de alojamento, à partida exclui-se a análise das despesas efetuadas pelos excursionistas, assim como dos visitantes que utilizam meios de alojamento particulares não licenciados e/ou gratuitos (residências secundárias e casas de familiares e amigos). A realização de pesquisas aos visitantes nos meios de transporte é feita com base na metodologia idêntica à dos alojamentos, ou seja, ou por via pessoal, na medida em que o entrevistador entrega em mão o questionário ao visitante, ou por via impessoal, ou seja, os questionários são deixados no local para que o visitante tome iniciativa de os responder. A limitação neste ponto diz respeito ao facto de excluir os visitantes que viajam em transporte particular.

As atracções turísticas são seleccionadas de acordo com a densidade e popularidade dos visitantes no respetivo local. Este método permite avaliar as despesas, quer dos visitantes nacionais, quer internacionais. A abordagem pode ser de administração direta ou via indireta, tal como utilizada nas unidades de alojamento e transporte. Por último, os postos de informação turística são escolhidos da mesma forma que as atracções turísticas, através da densidade turística. Deste modo, e tendo em conta as cidades com maior

número de hóspedes e, conseqüente, procura turística, é importante orientarem o processo de pesquisa para cidades como: Évora, Beja, Sines, Elvas, Mértola, Estremoz, Alcácer do Sal, Castelo de Vide, Grândola, Santarém e Santiago do Cacém.

Relativamente aos locais de inquirição, encontra-se em anexo um quadro com as respetivas vantagens e desvantagens (Anexo 8). Apesar das limitações existentes para cada ponto de inquirição, o importante seria desenvolver uma amostra populacional para cada ponto, tornando a amostra representativa dos visitantes internacionais do Alentejo.

d) Quando inquirir?

Tendo em conta que o sector turístico constitui uma atividade sazonal e, conseqüentemente, o comportamento de consumo difere consideravelmente de acordo com a época do ano em que é realizada, o inquérito aos visitantes deve ser feito ao longo de um ano. Assim, durante o respetivo ano, devem ser definidos períodos de inquirição que contemplem, quer a variabilidade anual da procura turística (época alta; época baixa e intermédia), quer a variabilidade mensal (dias da semana, fins-de-semana).

5.5.2 Quantificar as despesas turísticas dos visitantes provenientes de outras regiões de Portugal

Para calcular as despesas turísticas efetuadas pelos visitantes de outras regiões de Portugal, é necessário ter em conta as despesas realizadas durante a visita, o que em termos matemáticos, traduz-se na equação presente na Figura 5.7.

Equação	Onde:
$DTDV = NV \times EMV \times \sum_{i=1}^n DDPV_{i,T}$	T- Período de Tempo i – Produtos turísticos consumidos DTDV – Despesa total durante a viagem NV – Número de visitantes EMV – Duração da estada média dos visitantes DDPV – Despesa diária por visitante

Figura 5.7 – Formalização matemática do cálculo das despesas totais dos visitantes provenientes de outras regiões de Portugal

Fonte: Eusébio (2006)

Deste modo, é necessário obter dados relativos aos visitantes de outras regiões de acordo com:

- Número de visitantes;
- Duração da estada média;
- Despesa diária por visitante;
- Produtos Turísticos consumidos;

Tal como referido no subcapítulo anterior, é possível efetuar a recolha destes dados estatísticos através do recurso a dois tipos de fonte: (i) fontes de dados primários; (ii) fontes de dados secundários.

5.5.2.1 Fontes de Dados Secundários

Após uma análise dos dados secundários existentes para a região do Alentejo, foi possível obter os dados presentes na Tabela 5.5.

Tabela 5.5 - Fontes de Dados Secundários e respetivos resultados

Documentos publicados	Instituições que recolhem e publicam os dados	Instrumentos de recolha dos dados	Indicadores económicos da atividade turística
- Conta Satélite de Turismo de Portugal (2003);	Instituto Nacional de Estatística (INE);	- Balança de Pagamentos; - Inquéritos aos Gastos dos estrangeiros ⁵ ; - Inquéritos à permanência de hóspedes; - Contas Nacionais;	• Consumo turístico doméstico • Outras componentes do Consumo turístico (turismo de negócios, residências secundárias);
- Inquéritos às despesas das Famílias 2005-2006;	Instituto Nacional de Estatística (INE);	- Participação de 10.403 famílias; - Registo diário de todas as despesas efetuadas durante a quinzena para a qual foram selecionadas; - Participação de 16.747 alojamentos; - Baseado no modelo de Household Budget Survey, desenvolvido por EUROSTAT;	- Despesa média anual por agregado e divisões COICOP - Despesa total anual média por agregado, por NUT II; - Despesa total anual média por tipologia de agregado;
- Inquéritos às deslocações dos portugueses 2009	Instituto Nacional de Estatística (INE);	- Amostra de cerca de 5000 unidades de alojamento familiar; - Utilização da entrevista telefónica	- Meio de transporte utilizado; - Destino da viagem por NUTS II; - Despesa média segundo o motivo da viagem;
- Anuário Estatístico da Região do Alentejo (2010)	Instituto Nacional de Estatística (INE);	- Contas regionais do Alentejo; - Dados fornecidos através da participação de 111 empresas (Hotéis, Pousadas, Turismo	- <u>Indicadores de Hotelaria:</u> - Estada média nos estabelecimentos; - Percentagem de hóspedes estrangeiros; - Taxa ocupação-cama; - N.º de dormidas e

⁵ Atualmente este inquérito encontra-se suspenso, na medida em que não está a ser realizado pelo INE.

		em Espaço Rural, Parques de Campismo; Alojamento Local; Pousada de Juventude).	hóspedes; - Proveitos totais e de aposento por Alojamento;
--	--	--	---

Fonte: INE (2003; 2008; 2010a); Rede Ferroviária Nacional (REFER, 2009); Boletim Estatístico do Porto de Sines (2010) e dados fornecidos pelos Postos de Turismo dos respetivos municípios e *sites* oficiais da Camara Municipal de Évora (2010); Camara Municipal de Beja (2009).

No que diz respeito ao estudo dos “Inquéritos às despesas das famílias 2005-2006” (INE, 2008), surgem dados relativos às despesas gastas por estas, embora esta informação não seja considerada adequada ao estudo em causa, na medida em que estas despesas encontram-se desagregadas de tal forma, que não é possível identificar as despesas específicas do turismo, visto que para este encontram-se três tópicos diferentes de abordagem: *Hotéis, Restaurantes, Cafés e similares* (inclui despesas em Hotéis e despesas em Restaurantes); *Lazer, Distração e Cultura* (inclui entre outros, as viagens turísticas) e os *Transportes* (inclui serviços de transportes, no qual pode estar inseridos transportes turísticos). Apesar de, neste documento, ser possível encontrar as despesas turísticas, referentes às férias dos portugueses, subdivididas por regiões, surge a dificuldade de calcular o total das despesas efetuadas nas atividades turísticas devido ao facto destas estarem diferenciadas nos três tópicos diferentes.

Relativamente ao estudo dos “Inquéritos às deslocações dos portugueses 2009” (INE, 2010) é possível aceder a dados importantes, tais como: despesa média segundo os principais motivos; realização da viagem por NUTS II; matriz origem/destino por NUTS II. Segundo esta última, é possível verificar que os visitantes que viajam para o Alentejo por motivos de Lazer, Recreio e Férias são, maioritariamente, provenientes da região de Lisboa e Vale do Tejo (915.1), seguidos da Região Centro (108.7). Contudo, relativamente às despesas efetuadas pelos visitantes, apenas existe informação relativa aos gastos médios dos turistas residentes em Portugal por motivo de visita, excluindo a informação de nível regional nem a estrutura das respetivas despesas.

Além deste tipo de dados, a informação obtida através dos indicadores hoteleiros, dos meios de Transporte, assim como dos postos de turismo, fornecem dados limitados à origem, ao volume e estada média dos visitantes nacionais. Além disso, apresentam também as limitações apresentadas no subcapítulo 5.5.1.1, consideradas fontes de dados inadequados ao estudo em questão. Assim, embora os dados secundários forneçam dados considerados importantes, não é possível obter informação relativa ao

tipo de produtos consumidos, assim como as despesas médias por visitante. Deste modo, é importante recorrer às fontes de dados primários.

5.5.2.2 Fontes de Dados Primários

Tendo em conta que a avaliação dos dados secundários para a obtenção das despesas turísticas dos visitantes nacionais não é suficiente, urge a necessidade de recurso a dados primários. Embora de cariz temporal e financeiro mais elevado, o recurso a este tipo de dados proporciona maiores taxas de resposta e qualidade no processo de recolha dos dados para o estudo.

A metodologia utilizada neste subcapítulo é exatamente a mesma utilizada no subcapítulo 5.5.1.2, e, neste caso surgem diversas questões que devem ser estudadas, analisadas e respondidas de modo a que o processo de recolha de dados seja bem-sucedido:

- a) Quem inquirir?
- b) Como inquirir e o que inquirir?
- c) Onde inquirir?
- d) Quando inquirir?

a) Quem Inquirir?

Neste caso específico, a população-alvo será todo o tipo de visitantes que chega à região do Alentejo, provenientes de outras regiões de Portugal. A técnica de amostragem adaptada a esta população deve ser igual à técnica aplicada aos visitantes internacionais, ou seja, a *multi-stage clusters*, tendo em conta que a amostra deve ser representativa da população, ou seja possuir características idênticas a estas. Quando a limitação geográfica do estudo se centra numa região, com uma dimensão espacial considerável, torna-se deste modo, benéfico definir grupos de população (*clusters*) com base na sua proximidade física. Assim sendo, esta técnica será, de todo, igual à dos visitantes internacionais, embora a população-alvo neste caso, sejam os visitantes nacionais na região do Alentejo. Relativamente à escolha da amostragem por grupo de visitante ou por visitante, também neste caso o melhor método é a amostragem por visitante, embora este deva responder ao questionário sobre as despesas efetuadas pelo grupo de viagem.

b) Como inquirir e o que inquirir?

Tal como no subcapítulo 5.5.1.2, também no caso dos visitantes nacionais, o método de inquirição a adotar é o questionário fechado, embora também possa ter questões abertas

e/ou mistas. Visto que as despesas a analisar, no caso dos visitantes nacionais, também estão relacionadas com os gastos durante a viagem, tal como no subcapítulo 5.5.1.2.

Deste modo, no que respeita às despesas turísticas, é importante inquirir o visitante acerca do valor das despesas, o tipo de despesa e a sua localização geográfica. Contudo, o número de categorias de despesas incluídas no questionário deve ter em conta o nível do detalhe e exatidão dos dados pretendidos, assim como a disponibilidade do inquirido. Assim sendo, quanto mais categorias, maior o detalhe das despesas de consumos de bens e serviços, assim como pode eventualmente tornar-se mais saturante para o inquirido, tornando as taxas de respostas mais reduzidas.

Além disso, também neste caso é importante a aplicação da abordagem das despesas de apenas um dia da visita, à escolha do visitante. Em termos de método de administração dos questionários, a abordagem pessoal (com preenchimento por parte do inquirido) é a mais aconselhada, pois embora seja a mais dispendiosa, obtém uma taxa de resposta mais elevada.

c) Onde Inquirir o visitante na região do Alentejo?

Tal como referido no subcapítulo 5.5.1.2, existem diversos pontos de localização, nos quais se podem aplicar os questionários à população:

- Pontos fronteiriços (terrestres, marítimos e aéreos);
- Unidades de alojamento turístico;
- Meios de Transporte utilizados pelos visitantes (avião, comboio, autocarro, barco);
- Atracções turísticas;
- Postos de informação turística;

O primeiro ponto é, de logo, excluído visto não existir fronteiras na região do Alentejo. A nível do alojamento turístico são excluídos os excursionistas e visitantes que pernoitam em unidades de alojamento não licenciados e/ou gratuitos (Casa de familiares e amigos; casa de férias). O recurso à realização de pesquisas nos meios de transporte perde valor quando se verificam, ao nível das estatísticas nacionais, que os residentes portugueses efetuam sobretudo viagens com automóvel particular, tal como é possível verificar na Figura 5.8.

Meio de Transporte	Destino Portugal, com duração de quatro ou mais noites				
	Total	Lazer, Recreio e Férias	Visita a Familiares e Amigos	Negócios/ Profissionais	Saúde
Total	4 518,8	3 034,2	1 152,5	226,9	32,2
Aéreo	217,2	132,0	47,3	21,5	4,3
Marítimo	44,9	35,2	9,3	0,0	0,1
Terrestre:	4 256,7	2 866,9	1 096,0	205,5	27,8
Comboio	107,0	47,5	50,0	6,1	0,0
Autocarro	229,2	99,4	111,2	10,0	5,4
Automóvel privado	3 885,9	2 709,2	925,2	183,2	22,4
Automóvel alugado	20,2	9,8	9,2	1,2	0,0
Outro	14,4	1,1	0,3	4,9	0,0

Figura 5.8 - Viagens, segundo o motivo, por meio de transporte utilizado

Fonte: INE (2010: 56)

Relativamente às atrações turísticas, é importante definir áreas de elevada densidade turística, tais como:

- Castelos, Muralhas e Palácios (Monsaraz; Mértola; Beja; Sines, Marvão; Templo Romano de Évora; Elvas; Vila Viçosa)
- Igrejas, Catedrais e Mosteiros (Castelo de Vide; Santarém; Beja; Évora; Mértola; Viana do Alentejo)
- Praias; parques naturais (Sines; Odemira; Grândola; Castelo de Vide; Rio Maior; Évora; Zambujeira do Mar; Vila Nova de Milfontes)
- Parques de diversões (Montemor-o-Novo; Badoca Safari Park – Santiago do Cacém)
- Aldeias típicas (Monsaraz)
- Galerias de Arte; Museus (Marvão; Viana do Alentejo)

Estes constituem apenas alguns exemplos de atrações turísticas que movimentam um significativo número de visitantes para a região do Alentejo. Contudo, devido, muitas vezes, à falta de controlo de entradas e saídas nestas atrações, a aplicação de questionários nestes locais tem de ser obrigatoriamente por via pessoal direta. É de destacar por ordem de importância, quer a nível de atrações, quer a nível de afluência de visitantes nos postos de turismo e dormidas em unidades de alojamento, as seguintes cidades: Évora; Beja; Grândola; Elvas; Sines; Odemira e Santiago do Cacém.

Após a definição dos pontos de inquirição, é necessário definir o tempo de duração do processo de pesquisa.

d) Quando Inquirir?

O período de referência corresponde ao período de tempo em que decorre a pesquisa. Deste modo, e tal como no caso dos visitantes internacionais, o período mais adequado é desenvolver o estudo ao longo de um ano, de modo a que possa ser representativo de diversas épocas do ano, assim como de diversos locais de inquirição.

5.5.3 Quantificar as despesas turísticas dos visitantes residentes no Alentejo

Para as despesas turísticas dos visitantes residentes na região do Alentejo, devem ser objeto de avaliação as despesas efetuadas antes, durante ou depois da viagem, visto que todas são efetuadas na economia de compilação, tendo em conta as categorias de bens e serviços presentes na Figura 5.9.

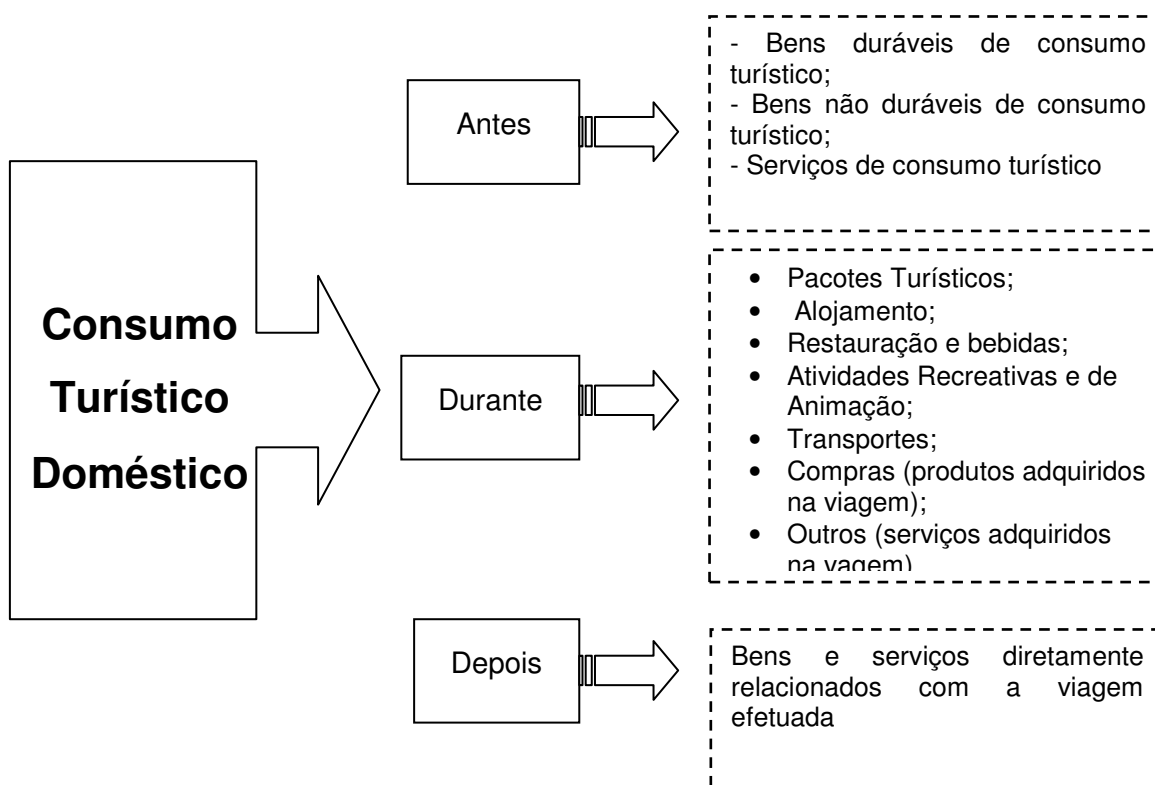


Figura 5.9 - Categorias de bens e serviços que devem ser estudadas para quantificar as despesas do turismo doméstico

Fonte: Eusébio (2006: 53)

Em termos matemáticos, as informações necessárias para calcular estas despesas da viagem traduzem-se nas seguintes equações, visíveis na Tabela 5.6.

Tabela 5.6- Formalização matemática do cálculo das despesas turísticas dos visitantes domésticos

Equação	Onde:
<p>Antes</p> $DTAV_T = NV_T \times \sum_{i=1}^n DTPVPV_{iT}$	<p>T – período de tempo i – produtos turísticos consumidos DTAV – Despesas totais antes da viagem NV – Número de visitantes DTPVPV – Despesa total de um visitante por viagem</p>
<p>Durante</p> $DTDV_T = NV_T \times EMV_T \times \sum_{i=1}^n DDPV_{iT}$	<p>T – período de tempo i – produtos turísticos consumidos DTDV – Despesas total durante a viagem NV – Número de visitantes EMV – Duração da estada média dos visitantes DDPV – Despesa diária por visitante</p>
<p>Depois</p> $DTDEV_T = NV_T \times \sum_{i=1}^n DTPVPV_{iT}$	<p>T – período de tempo i – serviços turísticos consumidos DTDEV – Despesa total depois da viagem em serviços NV – Número de visitantes DDPV – despesa total por viagem por visitante</p>

Fonte: Adaptado de Eusébio (2006: 213)

Assim sendo, para o cálculo do consumo turístico dos visitantes domésticos da região do Alentejo é necessário ter acesso às seguintes informações:

- ✓ Número total de visitantes internacionais;
- ✓ Estada média dos visitantes;
- ✓ Despesas médias diárias por visitante, efetuadas durante a visita;
- ✓ Despesas totais efetuadas pelos visitantes domésticos antes da viagem;
- ✓ Despesas totais efetuadas depois da viagem;
- ✓ Determinantes da despesa diária por visitante;
- ✓ Determinantes da estada média por visitante;

Deste modo, é necessário verificar novamente se os dados secundários existentes para a região dão resposta a tais informações.

5.5.3.1 Fontes de dados secundários

Tal como verificado no subcapítulo anterior (5.5.2.1), é possível verificar que existem dois estudos fundamentais do Instituto Nacional de Estatística (2008; 2010) que apresentam dados importantes relativos aos gastos médios dos portugueses: (i) “Inquéritos às despesas das famílias 2005-2006”; e (ii) “Inquéritos às deslocações dos portugueses” (2009). Contudo, através destes não é possível determinar as despesas turísticas dos visitantes residentes na região do Alentejo, sendo apenas possível, através da matriz origem-destino (INE, 2010: 59) verificar o número total de visitantes do Alentejo, por tipo de região visitada. Através desta matriz, e tal como a Figura 5.10, é possível verificar que 81,2 milhares de pessoas que residem na região do Alentejo visitam de facto a sua

própria região (INE, 2010a), por motivos de lazer, recreio e férias, com duração de pelo menos uma noite.

Origem	Destino	Lazer, Recreio e Férias, com duração de pelo menos uma noite					
		Total	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve
Total		8 142,6	1 244,6	2 337,4	1 272,2	1 197,0	1 869,7
Norte		1 502,2	690,9	314,5	130,5	57,5	269,9
Centro		1 340,9	178,5	597,3	142,9	108,7	303,3
Lisboa		4 397,7	303,1	1 286,0	897,1	915,1	938,2
Alentejo		560,4	41,1	111,2	54,7	81,2	258,5
Algarve		206,5	20,5	24,0	23,7	32,4	96,6

Figura 5.10 - Matriz origem/destino (NUTS II) das viagens realizadas, segundo o motivo, e pelo menos uma noite

Fonte: INE (2010a: 59)

Contudo, estas deslocações não constituem as mais vantajosas para a região do Alentejo, visto que apenas se verifica o consumo turístico em outras componentes que não o alojamento. Assim, nas despesas relativas ao consumo dos visitantes residentes na própria região, também é visível a inexistência de dados secundários suficientes para fornecer dados estatísticos que forneçam resposta às despesas turísticas realizadas pelos próprios residentes da região.

5.4.3.2 Fontes de Dados Primários

Tal como nos subcapítulos anteriores (5.5.1.2 e 5.5.2.2) a mesma metodologia é utilizada para a obtenção de dados primários relativamente às despesas dos visitantes da região do Alentejo:

- a) Quem inquirir?
- b) Como inquirir e o que inquirir?
- c) Onde inquirir?
- d) Quando inquirir?

a) Quem Inquirir?

Devido à limitação geográfica, surge, neste caso, a possibilidade de interrogar todos os residentes da região do Alentejo ou então, todo o tipo de visitantes que chegam à região. Assim sendo, e considerado menos dispendioso e mais rápido, a metodologia utilizada nos subcapítulos anteriores surge como a mais oportuna neste caso específico, na

medida em que são entregues inquéritos a todo o tipo de visitantes que se encontram na região e, posteriormente são selecionados e analisados os correspondentes aos habitantes da própria região.

Deste modo, a técnica de amostragem adaptada a esta população deve ser igual à técnica aplicada aos visitantes internacionais e nacionais, ou seja, a *multi-stage clusters*, tendo em conta que a amostra deve ser representativa do total população da região. A sua limitação geográfica será a região do Alentejo e a população-alvo serão os visitantes residentes da própria região. Assim sendo, a metodologia é, de todo, semelhante à desenvolvida nos subcapítulos anteriores, sendo apenas diferente, o tipo de questionário a aplicar, na medida em que neste caso específico, o questionário deve incluir as despesas referentes ao momento antes, durante e depois da viagem.

b) Como inquirir e o que inquirir?

Deste modo, no que respeita às despesas turísticas, é importante inquirir o visitante acerca do valor das despesas, o tipo de despesa, tendo em conta os diferentes momentos da visita (antes, durante e depois), assim como a sua localização geográfica. Além disso, também neste caso é importante a aplicação da abordagem das despesas de apenas um dia da visita, à escolha do visitante. Em termos de método de administração dos questionários, a abordagem pessoal (com preenchimento por parte do inquirido) é a mais aconselhada, pois embora seja a mais dispendiosa, obtém uma taxa de resposta mais elevada.

c) Onde Inquirir o visitante na região do Alentejo?

Existem diversos pontos de localização, nos quais se podem aplicar os questionários à população:

- Unidades de alojamento turístico;
- Meios de Transporte utilizados pelos visitantes (avião, comboio, autocarro, barco);
- Locais de maior afluência turística
- Postos de informação turística;

Os problemas associados a cada ponto de localização já foram evidenciados no subcapítulo referente ao consumo turístico dos visitantes nacionais (5.5.2.2).

d) Quando Inquirir?

O período de referência é exatamente igual aos subcapítulos anteriores: ao longo de um ano, de modo a que possa ser representativo de diversas épocas do ano, assim como de diversos locais de inquirição.

5.6 Cálculo das despesas em Pacotes Turísticos

Comparado com outras componentes das despesas turísticas, os pacotes turísticos merecem especial atenção, na medida em que são, normalmente apresentados sob a forma de um preço único para inúmeros bens e serviços disponibilizados ao visitante. Estes, embora sejam na sua maioria, adquiridos no local de residência dos visitantes, importa calcular as despesas turísticas que ficam na economia de compilação, assim como a sua distribuição pelas diferentes componentes que integra. Deste modo, a pesquisa não pode ser executada apenas pelo lado da procura, mas também pelo lado da oferta, visto que, maioritariamente, os visitantes não sabem os preços discriminados por produtos (OMT, 2000).

Para a quantificação das despesas turísticas realizadas por visitantes que adquiriram um pacote turístico é possível recorrer a fontes de dados primários e fontes de dados secundários. Encontra-se em anexo (anexo 9) um questionário dirigido aos operadores turísticos, desenvolvido pela OMT (2000: 32-36), o qual pode ser utilizado para estimar as componentes dos pacotes turísticos. Para o desenvolvimento de fontes de dados primários, é necessária a realização de uma pesquisa aos operadores turísticos que trabalham para a região do Alentejo, a qual pode ser realizada através das seguintes fases:

- (I) Obtenção de uma lista (fonte secundária) de operadores turísticos que trabalham para o Alentejo;
- (II) Selecionar uma amostra aleatória de operadores a serem inquiridos;
- (III) Desenvolvimento e aplicação de um questionário à amostra de operadores selecionada (fonte de dados primária).

Caso não existem dados secundários suficientes para estimar o valor dos pacotes turísticos que beneficiam a economia regional em análise, é possível proceder a diversos métodos de estimação, tal como é possível verificar no Anexo 10. Assim sendo, o primeiro método, de acordo com a OMT (1995b) consiste na distribuição proporcional das despesas pelas respetivas componentes do setor turístico. Este método tem como base indicadores económicos fornecidos pelos visitantes, através dos quais se procura discriminar as despesas turísticas pelas diferentes componentes do pacote turístico. Em

alternativa ou em conjunto com este método, é possível e fundamental recorrer a dados provenientes dos operadores turísticos. Contudo, esta metodologia é válida, tendo em conta que existe um número relativamente pequeno de pacotes turísticos em análise; quando os operadores turísticos encontram-se disponíveis para fornecer tais informações; e quando a informação é complementada com dados fornecidos pelos visitantes, acerca da despesa efetuada no pacote turístico, procurando discriminar tais despesas. No entanto, se ambas as metodologias anteriores não puderem ser utilizadas, é possível redistribuir o custo total do pacote turístico com base no conhecimento dos custos individuais das respetivas componentes, quando compradas separadamente (exemplo: conhecer as tarifas aéreas; tarifas de alojamento, entre outros). Por um lado, estas tarifas, provavelmente, diferem das despesas incluídas no pacote, tendo em conta que as taxas das agências de viagens estão incluídas nos pacotes turísticos, assim como o preço total do pacote, dificilmente, é o resultado do preço total agregado das diferentes componentes. Por outro lado, este método pode fornecer uma estimativa dos custos relativos das diversas componentes, podendo ser utilizado como base para discriminar o custo total do pacote turístico.

Segundo a OMT (1995b) aos pacotes turísticos estão intrínsecos as seguintes características:

- Geralmente envolvem um pré-pagamento, ou seja, o cliente paga antes do início da viagem;
- Envolvem um sistema complexo de preços, combinando normalmente o preço de todos os produtos que o compõem, descontos, comissões das agências, assim como as taxas governamentais, as quais podem ser aplicadas a todos os produtos.

Deste modo, importa ter conhecimento, por parte da região do Alentejo, relativamente às despesas dos visitantes, os quais adquiriram a viagem através de um pacote turístico, qual a percentagem das respetivas despesas que são geradas para a região.

Em anexo, encontra-se um questionário que pode ser aplicado aos três tipos de visitantes da região do Alentejo (anexo 11), com as despesas relativas ao momento antes e durante e após a viagem, o qual foi utilizado no âmbito do desenvolvimento de uma tese de doutoramento para calcular as despesas turísticas para a região Centro, da autoria de Eusébio (2006).

5.7 Métodos de estimação indiretos das despesas turísticas

A existência de uma Conta Satélite de Turismo em Portugal, válida e atualizada, constitui, por si só, uma base fundamenta para estimar as despesas turísticas para as economias regionais. Através dos indicadores económicos estimados para a economia nacional é possível “regionalizá-los” para o âmbito regional, utilizando desta forma uma abordagem *Top-down*. Com base nesta abordagem, o consumo turístico é estimado para a região do Alentejo, para o ano de 2009.

Tabela 5.7 - Modelos apresentados pela OMT para adaptação da CST a nível regional

Abordagem <i>Top-Down</i>	Abordagem <i>Bottom-up</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Método descendente que envolve a distribuição de um valor nacional entre as regiões, sem procurar individualizar as unidades residentes, através de um meio de distribuição-chave que reflita, tanto quanto possível, as características para ser estimado. O método é designado de “cima para baixo” devido ao facto do agregado ser alocado do âmbito nacional a uma região. Contudo, é necessária a definição de “unidade residente” de modo a haver uma cobertura correta dos dados regionais a ser utilizados; - Abordagem comum a todas as regiões do território nacional, baseada e diretamente ligada ao Sistema de Contas Nacionais. Baseia-se na CST nacional existente e na disponibilidade de cada região apresentar as informações uniformes para cada uma das tabelas e dos agregados a serem “regionalizados”; 	<ul style="list-style-type: none"> - Método de estimação ascendente que envolve o uso de informações sobre as unidades residentes na região, acrescentando dados por adição até ao valor do agregado regional ficar estabelecido. Os valores regionais devem somar o valor nacional correspondente ao agregado; - Implica o desenvolvimento de uma CST específica para cada região, cujas situações e diferenças específicas possam ser identificadas para territórios sub-regionais importantes, desde que haja informação suficiente para estes.

Fonte: OMT *et al* (2008: 106); ESA (1995)

A vantagem do modelo *Bottom-up* consiste no facto de utilizar importantes fontes de dados ao nível regional. Por outro lado, o modelo *Top-down* permite garantir consistência numérica entre as contas nacionais e as contas regionais. Contudo, as estimativas não são produzidas com dados diretos, mas sim com um valor-chave que se encontra correlacionado com o fenómeno a medir. Deste modo, os valores regionais, sempre que se encontrarem adequados aos valores nacionais, devem ser estimados diretamente pelo modelo *top-down*, ou seja, os procedimentos do modelo *bottom-up* não conduzem a uma base de dados sólida e fidedigna, de modo a avaliar com exatidão os valores estimados (ESA, 1995; MacFeely, 2008).

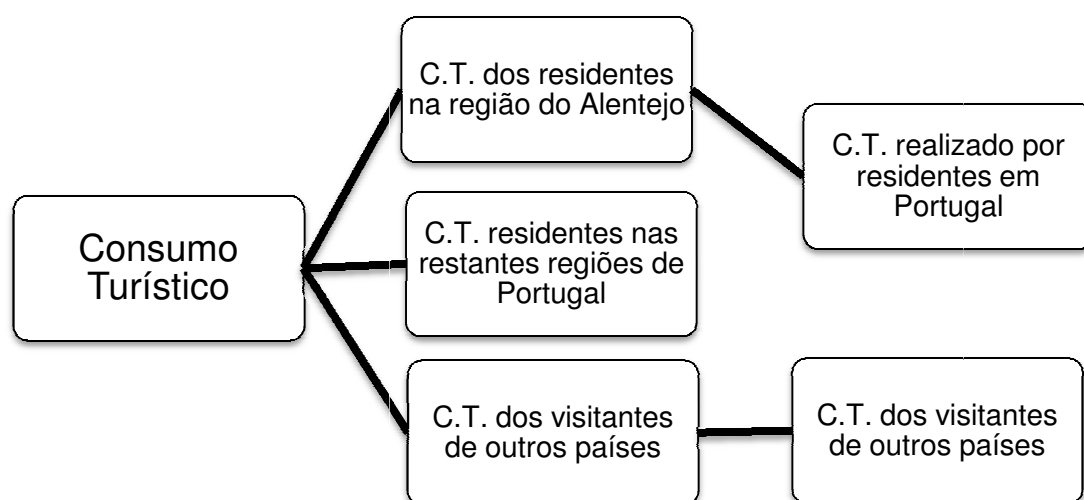


Figura 5.11 - Tipos de Consumo Turístico realizado ao nível de uma Região

Fonte: Adaptado de Eusébio (2011)

Segundo a Figura 5.11, para calcular o consumo turístico realizado pelos dois tipos de visitantes (os residentes em Portugal e os residentes em outros países) para a região do Alentejo, tendo em conta os dados da CST nacional, utilizou-se o seguinte procedimento:

- I. O valor total do consumo turístico presente na Conta Satélite do Turismo para a economia nacional foi regionalizado utilizando para o efeito, o valor total dos proveitos nos estabelecimentos hoteleiros das NUTS II;
- II. Foi assumido que a estrutura do consumo turístico para as economias regionais é igual à estrutura do consumo turístico para a economia nacional.

5.7.1 Estimação das despesas turísticas do consumo recetor

O valor total do consumo turístico recetor para a economia nacional, publicado na Conta Satélite do Turismo nacional (inclui o consumo turístico recetor e o consumo do turismo de negócios de não residentes no território económico), para o ano de 2008 (ultimo ano para o qual existe informação disponível) foi de 8.846,829 milhares de euros. Neste ano, o consumo turístico recetor representou 56.1% do consumo turístico no território económicos, constituindo a componente de consumo mais representativa, face aos 39% do consumo turístico de residentes de Portugal (Figura 5.12).

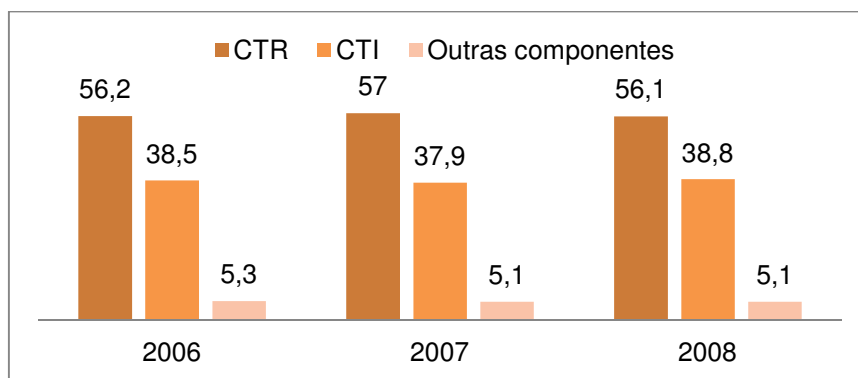


Figura 5.12 - Comparação de valores entre o consumo turístico recetor e consumo turístico interior em 2008

Fonte: INE (2010c)

A distribuição do consumo turístico recetor para a economia nacional, no ano de 2008, por tipo de bens e serviços consumidos (Tabela 5.8) evidencia que o consumo turístico dos visitantes estrangeiros em Portugal centrou-se, fundamentalmente, no setor da restauração (25,20%), nas unidades de alojamento, sobretudo hotéis e estabelecimentos similares (13,88%), assim como no transporte aéreo (15,94%).

Tabela 5.8 - Estrutura média do consumo turístico recetor, por produtos, em 2008

Tipo de bens e serviços consumidos	Total do consumo recetor para a economia nacional (2008)	(%)
1.1 Hotéis e estabelecimentos similares	1.228.151	13,88
1.2 Outro alojamento	879.004	9,94
2. Restauração e bebidas	2.229.286	25,20
3.1 Transporte ferroviário interurbano	17.485	0,20
3.2 Transporte rodoviário interurbano	366.485	4,14
3.3 Transporte por água	1.912	0,02
3.4 Transporte aéreo	1.409.832	15,94
3.5 Serviços auxiliares aos transportes	36.678	0,41
3.6 Aluguer de equipamento de transporte	285.211	3,22
3.7 Serviços de manutenção e reparação de equipamentos de transporte	19.617	0,22
4. Agências de viagens, operadores e guias turísticos	63.847	0,72
5. Serviços culturais	30.486	0,34
6. Recreação e lazer	169.419	1,92

7. Outros serviços de turismo	29.238	0,33
A.2 Produtos conexos	994.753	11,24
B. Produtos não específicos	1.085.425	12,27
Total	8.846.829	100,00

Fonte: Elaboração própria com base em dados do INE (2003; 2010c: 5)

Para regionalizar o consumo turístico recetor nacional foi utilizada a variável dos proveitos totais dos estabelecimentos hoteleiros. A opção deste indicador tem como base o facto de refletir todos os proveitos da atividade hoteleira, incluindo os proveitos de aposento, os proveitos da restauração e outros decorrentes da própria atividade (ex. aluguer de salas, lavandaria, tabacaria, telefones, etc.).

O valor dos proveitos totais publicados pelo INE é obtido através do “Inquérito à Permanência de Hóspedes e Outros dados na Hotelaria”, realizado pelo INE. Com base no valor dos proveitos totais dos estabelecimentos hoteleiros para o ano de 2008, por NUTS II foi calculada a quota de mercado para cada região. A quota, em termos de proveitos totais da hotelaria, obtidas para cada região, foram aplicadas ao valor total do consumo turístico recetor publicado na CST para a economia nacional (8.846,829 milhares de euros), tal como se apresenta na Tabela 5.9.

Tabela 5.9 - Estimativa do consumo turístico recetor por NUT II

Região	Proveitos Totais	Quota de mercado	Total do consumo
Norte	212 464	0,13	1.168.281,35
Centro	190 199	0,12	1.045.852,21
Lisboa e V.T.	569 465	0,35	3.131.332,08
Alentejo	56 834	0,04	312.514,60
Algarve	579 925	0,36	3.188.848,76
Total	1608887	1	8.846.829,00

Fonte: Elaboração própria com base em INE (2003; 2010c)

Segundo a tabela 5.9, é possível verificar que a Região do Alentejo encontra-se em plena desvantagem relativamente à distribuição do consumo turístico recetor nacional, por NUTS II, apresentando um total de 312.514 mil euros gastos por visitantes estrangeiros na região. A região do Algarve apresenta-se como a região onde a despesa turística dos visitantes estrangeiros é superior (3.188.848 milhares de euros).

Para distribuir o total do consumo turístico recetor estimado para a região do Alentejo por tipo de produtos consumidos, foi utilizada a estrutura do consumo recetor para a economia nacional, presente na Tabela 5.10.

Tabela 5.10 - Consumo turístico recetor para a região do Alentejo, por tipo de bens e serviços consumido em 2008

Tipo de bens e serviços consumidos	Total do consumo recetor para a economia nacional para 2008	(%)	Distribuição das despesas estimadas para a Região do Alentejo
1.1 Hotéis e estabelecimentos similares	1.228.151	13,88	43.384,49
1.2 Outro alojamento	879.004	9,94	31.050,85
2. Restauração e bebidas	2.229.286	25,20	78.749,62
3.1 Transporte ferroviário interurbano	17.485	0,20	617,66
3.2 Transporte rodoviário interurbano	366.485	4,14	12.946,10
3.3 Transporte por água	1.912	0,02	67,54
3.4 Transporte aéreo	1.409.832	15,94	49.802,37
3.5 Serviços auxiliares aos transportes	36.678	0,41	1.295,65
3.6 Aluguer de equipamento de transporte	285.211	3,22	10.075,09
3.7 Serviços de manutenção e reparação de transportes	19.617	0,22	692,97
4. Agências de viagens, operadores e guias turísticos	63.847	0,72	2.255,40
5. Serviços culturais	30.486	0,34	1.076,92
6. Recreação e lazer	169.419	1,92	5.984,73
7. Outros serviços de turismo	29.238	0,33	1.032,83
A.2 Produtos conexos	994.753	11,24	35.139,69
B. Produtos não específicos	1.085.425	12,27	38.342,68
Total	8.846.829	100	312.514,60

Fonte: Elaboração própria com base em INE (2010c)

De acordo com a Tabela 5.10, é possível verificar que o consumo dos visitantes não residentes na região do Alentejo centra-se, fundamentalmente, no setor da Restauração e bebidas (25,19%); Transporte aéreo (15,93%) e unidades de Alojamento, nomeadamente hotéis e estabelecimentos similares (13,88%).

5.7.2 Estimação das despesas turísticas do consumo doméstico

Para o cálculo do consumo doméstico é utilizada, exatamente, a mesma metodologia do subcapítulo anterior (5.7.1). Assim sendo, o total do consumo turístico doméstico da CST desenvolvida para Portugal, é de 4.893.713,30 milhares de euros (INE, 2010c). A distribuição deste valor pelos diversos tipos de bens e serviços turísticos consumidos, presentes na Tabela 5.11, teve como base a estrutura dos bens e serviços utilizados na CST nacional, do ano de 2008 (INE, 2010c).

Tabela 5.11 - Total do consumo turístico doméstico por tipo de bens e serviços consumidos em 2008

Tipo de bens e serviços consumidos	Total do consumo doméstico para a economia nacional para 2008
1.1 Hotéis e estabelecimentos similares	613.305,7
1.2 Outro alojamento	338.314,1
2. Restauração e bebidas	1.542.440,1
3.1 Transporte ferroviário interurbano	49.402,8
3.2 Transporte rodoviário interurbano	118.616,9
3.3 Transporte por água	26.882,0
3.4 Transporte aéreo	352.829,9
3.5 Serviços auxiliares aos transportes	51.742,0
3.6 Aluguer de equipamento de transporte	156.108,0
3.7 Serviços de manutenção e reparação de equipamentos de transporte	17.710,8
4. Agências de viagens, operadores turísticos e guias turísticos	286.228,1
5. Serviços culturais	23.717,8
6. Recreação e lazer	441.424,5
7. Outros serviços de turismo	413.470,6
A.2 Produtos conexos	115.105,6
B. Produtos não específicos	346.414,5
Total	4.893.713,3

Fonte: Elaboração própria com base em INE (2010,c)

De acordo com a Tabela 5.11, o bem e serviço mais consumido pelos visitantes domésticos, a nível nacional, centra-se no setor da Restauração e bebidas (31,51%), assim como de unidades de alojamento (Hotéis e outros tipos de alojamento), com um total de 951.619,80 milhares de euros. Dois dados a destacar são o consumo turístico em transporte aéreo e em Agências de viagens, operadores e guias turísticos, tendo em conta que são serviços que, normalmente, não são muito usuais em consumo doméstico, visto que os portugueses viajam no seu próprio automóvel e recorrem, poucas vezes, aos serviços de agências e operadores turísticos (INE, 2010a). Contudo, embora sejam, de facto, bens e serviços de menor procura por parte dos portugueses, comparativamente com visitantes estrangeiros, são no entanto, serviços mais dispendiosos, facto que se pode refletir no consumo total do consumo efetuado pelos portugueses.

Para estimar o total do consumo turístico doméstico por NUTS II, foi utilizada a mesma metodologia do consumo recetor. Assim sendo, tendo em conta o valor dos proveitos

totais das unidades de alojamento, de cada região, foi estimado o consumo total dos visitantes portugueses para cada NUT II, tal como é possível verificar na Tabela 5.12.

Tabela 5.12 - Total do consumo turístico doméstico por região, para 2008

Região	Proveitos Totais	Quota de mercado	Total do Consumo turístico doméstico por região
Norte	212 464	0,13	696.322,1
Centro	190 199	0,12	600.724,6
Lisboa e V.T.	569 465	0,35	1.653.065,3
Alentejo	56 834	0,04	193.167,3
Algarve	579 925	0,36	1.750.433,9
Total	1608887	1,00	4.893.713,3

Fonte: Elaboração própria com base em INE (2010c).

De acordo com a Tabela 5.12, é possível verificar que, o total de consumo turístico doméstico da região do Alentejo mantém-se reduzido face às restantes regiões do País com um total de 193.167,3 milhares de euros. A região do Algarve permanece com o maior consumo turístico doméstico, com um total de 1.750.433,9 milhares de euros. Assim sendo, é possível verificar que, quer no consumo turístico recetor, quer no consumo turístico doméstico, a região do Alentejo apresenta os valores mais reduzidos relativamente às despesas dos visitantes, tendo em conta as restantes cinco regiões do continente português. Comparativamente com o consumo turístico recetor, os portugueses ainda consomem menos na região do Alentejo do que os visitantes estrangeiros. Além disso, tendo em conta o número de visitantes nacionais na região (837.684), que é muito superior ao número de estrangeiros (199.351) (INE, 2010b), as despesas turísticas dos residentes não deveria ser inferior ao dos estrangeiros, significando que, embora em menor número, os visitantes de outros países gastam mais do que os visitantes nacionais na região do Alentejo. De facto, segundo o Inquérito aos gastos dos estrangeiros, realizado pelo INE, em 2003, o gasto médio dos turistas nesta região é de 101.81€ por dia, superior à região Norte (94.14€) e Centro (82.94€) (INE, 2004).

Por último, e partindo do pressuposto que a estrutura de bens e serviços de âmbito regional é igual à estrutura da CST nacional, a distribuição das despesas turísticas domésticas pelos diversos tipos de bens e serviços consumidos na região do Alentejo é calculada tendo em conta a quota de mercado de cada componente, assim como o total de consumo turístico doméstico da região, apresentada na Tabela 5.13.

Tabela 5.13 - Total do consumo turístico doméstico por tipo de bens e serviços consumidos na região do Alentejo

Tipo de bens e serviços consumidos	Total do consumo doméstico para a economia nacional para 2008	Padrão das despesas (%)	Distribuição das despesas estimadas para a Região do Alentejo
1.1 Hotéis e estabelecimentos similares	613.305,7	12,5	21.665,0
1.2 Outro alojamento	338.314,1	6,9	11.951,0
2. Restauração e bebidas	1.542.440,1	31,5	54.486,8
3.1 Transporte ferroviário interurbano	49.402,8	1,0	1.745,2
3.2 Transporte rodoviário interurbano	118.616,9	2,4	4.190,1
3.3 Transporte por água	26.882,0	0,5	949,6
3.4 Transporte aéreo	352.829,9	7,2	12.463,7
3.5 Serviços auxiliares aos transportes	51.742,0	1,1	1.827,8
3.6 Aluguer de equipamento de transporte	156.108,0	3,2	5.514,5
3.7 Serviços de manutenção e reparação de equipamentos de transporte	17.710,8	0,4	625,6
4. Agências de viagens, operadores e guias turísticos	286.228,1	5,8	10.111,0
5. Serviços culturais	23.717,8	0,5	837,8
6. Recreação e lazer	441.424,5	9,0	15.593,3
7. Outros serviços de turismo	413.470,6	8,4	14.605,9
A.2 Produtos conexos	115.105,6	2,4	4.066,1
B. Produtos não específicos	346.414,5	7,1	12.237,1
Total	4.893.713,3	100,0	172.870,6

Fonte: Elaboração própria com base em INE (2010c).

De acordo com a Tabela 5.13, é possível verificar que o consumo turístico doméstico, realizado na região do Alentejo, centra-se no setor da Restauração e bebidas (31,51%), seguido do Alojamento (19,44%) e serviços de Recreação e lazer (9%). Verifica-se uma distribuição marcadamente desigual no consumo dos diversos bens e serviços, visto existir poucas despesas nos serviços culturais e utilização do transporte ferroviário e marítimo.

5.7.3 Limitações e Condicionamentos na utilização dos modelos indiretos

Apesar da metodologia apresentada nas secções anteriores, para estimar o valor do consumo turístico da região do Alentejo, ser a mais adequada quando se utilizam apenas

dados secundários, apresenta algumas limitações, uma vez que foi necessário assumir um conjunto de pressupostos.

A ausência de dados relativos ao consumo dos visitantes na região do Alentejo implicou o recurso a dados disponibilizados pelo INE, em termos dos proveitos totais das unidades de alojamento, como variável-chave para estimar as despesas turísticas dos visitantes nesta região. Contudo, a sua utilização incorpora enviesamentos devido ao facto de que nem todos os visitantes da região do Alentejo utilizaram estes serviços de alojamento, excluindo desta forma a variabilidade que podem existir em termos regionais no que respeita às despesas dos visitantes que permanecem em casa de familiares e amigos, em segundas residências ou então em alojamento turístico não licenciado.

Além disso, na estimação do consumo turístico doméstico através dos métodos indiretos não permitiu efetuar a divisão entre as despesas turísticas dos residentes em Portugal e dos residentes da região do Alentejo. A ausência de informação relativa às despesas turísticas discriminada pelos visitantes de cada região do continente português impossibilitou a estimação, em separado, do consumo turístico realizado pelos residentes da região do Alentejo e dos residentes de outras regiões de Portugal.

Apesar das limitações descritas da metodologia utilizada neste projeto de investigação para estimar o consumo turístico da região do Alentejo, os resultados apresentados revelam-se de grande interesse. No entanto, tal como a Organização Mundial de Turismo tem alertado para análises mais consistentes do turismo nas economias regionais (Jones & Munday, 2010) é necessário apostar em metodologias que recorram a métodos mistos (combinação de métodos diretos e indiretos) para desenvolver Contas Satélites do Turismo para as economias regionais.

Capítulo 6 Conclusões e recomendações

A realização deste trabalho teve como objetivo principal apresentar algumas linhas orientadoras para desenvolver uma Conta Satélite de Turismo de âmbito regional para o Alentejo. Este objetivo, contudo, não foi totalmente cumprido devido à complexidade e exigência de dados estatísticos, adjacentes a esta Conta, assim como à limitação temporal. No entanto, após uma intensa revisão bibliográfica, foi possível concluir que, na sua maioria, os países não desenvolvem a CST na íntegra, ou seja, não cumprem os requisitos das dez tabelas, estabelecidas pela Organização Mundial de Turismo. Este facto significa que a CST pode ser desenvolvida de uma forma gradual, na medida em que os agregados económicos de maior complexidade podem ser desenvolvidos posteriormente.

A importância dos impactos económicos do consumo turístico individual, sobretudo ao nível do emprego, do investimento, da distribuição de rendimentos, produção e receitas públicas, reflete a necessidade de desenvolvimento de metodologias para o cálculo das despesas dos visitantes regionais. Deste modo, e com base na relativa expressão que o turismo demonstra na região do Alentejo, foi desenvolvido neste trabalho uma metodologia para calcular o consumo turístico individual dos visitantes da região do Alentejo.

Tendo em conta a inexistência de dados estatísticos relevantes, na região do Alentejo, para o desenvolvimento da temática da CST, foi possível concluir através da realização deste trabalho, a importância e necessidade de recorrer a fontes de dados primários para estimar as despesas turísticas dos visitantes na região do Alentejo. Deste modo, é apresentada uma metodologia de desenvolvimento de dados primários e, consequentemente, o tipo de população-alvo, a técnica de amostragem, o local de inquirição e o tempo estipulado para o estudo em causa.

Visto não existirem dados secundários suficientes e os dados primários serem desenvolvidos apenas em termos teóricos, é desenvolvido neste documento o recurso a métodos indiretos de estimação das despesas turísticas dos visitantes da região do Alentejo. Assim sendo, com recurso aos dados fornecidos pela CST nacional, é calculada a estimativa das despesas ao nível da região do Alentejo. Apesar das limitações associadas, este método constitui um potencial meio de estimação das despesas turísticas dos visitantes residentes e não-residentes.

6.1 Principais Contribuições

Ao longo deste documento, foi possível verificar que o crescente desenvolvimento de CST, como consequência da consciencialização da importância do turismo para as economias, é bastante visível a nível internacional, tendo em conta os níveis de implementação desta ferramenta, assim como de desenvolvimento de estudos-piloto. Desde 1960, o desenvolvimento de estudos nesta área é exponencial, sendo na sua maioria, o mérito atribuído a Instituições fundamentais como a Organização Mundial de Turismo, a OECD, EUROSTAT e Nações Unidas, assim como a dois países, França e Canadá. Na sequência de tal desenvolvimento, foram elaboradas tabelas consideradas fundamentais para a perceção da importância da CST, nomeadamente ao nível da tabela de implementação da CST em países internacionais (Tabela 9), assim como regionais (Tabela 16), e a tabela correspondente aos agregados económicos desenvolvidos por cada país (Tabela 11).

Assim sendo, através de diversas fontes secundárias, foi elaborada uma tabela, por data de implementação, assim como por metodologia utilizada, correspondente aos diversos países que já desenvolveram ou iniciaram o seu projeto-piloto da CST. Através desta, é possível verificar países que foram pioneiros no desenvolvimento e implementação desta ferramenta, assim como a crescente evolução sobretudo a partir do século XXI. Esta evolução deve-se, em grande parte, ao desenvolvimento de metodologias específicas aplicadas à CST, tendo em conta normas e requisitos fundamentais para a sua implementação, apresentadas por várias instituições internacionais (OMT, EUROSTAT, NU, OECD). Além disso, foram também surgindo casos de estudo importantes, tal como o caso da França e Canadá, os quais constituíram modelos importantes para outros países.

Além disso, foi também desenvolvida uma tabela referente aos agregados económicos desenvolvidos pelos respetivos países, tendo em conta o ano de referência da CST. Através desta é possível verificar os principais indicadores, tais como o consumo turístico individual (recetor, emissor e doméstico), o valor acrescentado e o produto interno bruto turísticos, como sendo os mais desenvolvidos pelos diversos países. Este facto pode eventualmente corresponder à importância dada a estes, assim como a complexidade associada ao desenvolvimento de outros, como a formação bruta de capital fixo e o consumo turístico coletivo. Deste modo, é também conclusivo o facto de que a quantificação do consumo turístico individual apresenta-se como instrumento

fundamental para caracterizar a intensidade económica que o turismo apresenta para os diversos países.

Por último, o desenvolvimento da tabela cronológica correspondente ao desenvolvimento da CST regional revelou-se uma tarefa deveras complexa e, ao mesmo tempo, funcional. Assim, através desta é possível verificar, por ano de implementação e ano de referência, o nível de implementação da CST nas regiões dos diversos países. Contudo, não foram analisados os agregados económicos desenvolvidos, devido sobretudo à falta de um quadro conceptual para o desenvolvimento ou adaptação da CST ao panorama regional. No entanto, esta tabela permite concluir que o nível de implementação a nível regional é crescente, embora associada a países cuja CST nacional encontra-se implementada (França, Dinamarca, Canadá, Austrália, Estados Unidos da América). Na sua maioria, são ainda projetos experimentais de desenvolvimento, mas que revelam o interesse e motivação destes países na sua aplicação.

Além da CST, é visível a utilização de modelos de quantificação de impactos indiretos e induzidos do sector turístico, sobretudo através da utilização do modelo *Input-Output*, o qual consiste no método mais utilizado para esse fim. É, deste modo, conclusivo o facto dos países também se preocuparem em desenvolver modelos que permitem a quantificação dos impactos totais do turismo.

Após esta conceptualização e contextualização da CST a nível nacional e regional, foi possível, numa componente mais prática desenvolver a metodologia para o cálculo das despesas turísticas dos visitantes ao Alentejo. Esta teve como base os aspetos metodológicos de Frechtling (2008), através dos quais foi possível desenvolver e determinar definições e classificações relativas ao panorama regional, diferentes da CST de âmbito nacional. Ao desenvolver esta metodologia surgiram diversas lacunas e dificuldades devido sobretudo à escassez de dados estatísticos da região do Alentejo, a partir da qual torna-se conclusivo o facto de não existir dados secundários suficientes para o cálculo das despesas turísticas. Contudo, não inviabiliza a implementação desta ferramenta, pois embora seja mais dispendioso, a possibilidade de recorrer a dados primários surge como a solução mais apropriada. Assim, além de resultar em dados mais consistentes e verosímeis, contribui para o enriquecimento estatístico, assim como estratégico para a região do Alentejo.

6.2 Dificuldades e limitações

Ao longo do respetivo trabalho, tornaram-se perceptíveis as lacunas e escassez de informação, as quais dificultaram e limitaram o desenvolvimento do estudo. De facto, um dos problemas mais evidenciados, ao nível de outros países que desenvolvem CST para as suas regiões, consiste na falta de informação estatística credível e em quantidade suficiente para o desenvolvimento desta ferramenta. Para agravar a situação, verifica-se a falta de cooperação e união entre entidades nacionais, assim como regionais e locais para garantir e assegurar a obtenção de objetivos comuns. Deste modo, a cooperação entre Institutos Nacionais de Estatística, Universidades e outras organizações especializadas, assim como entidades privadas (hotéis, restaurantes, empresas de animação) é fundamental, quer para aumentar e qualificar as estatísticas turísticas, quer para o desenvolvimento de soluções coletivas comuns.

A necessidade de tomada de opções, nomeadamente ao nível de temáticas a analisar no enquadramento teórico, originou uma limitação ao longo do trabalho. Assim, a interligação da temática em análise com diferentes áreas disciplinares obrigou, por vezes, a suprimir ou resumir determinadas temáticas, as quais não foram analisadas com o nível de rigor desejado.

Outra limitação deveu-se ao nível da abrangência dos dados relativos à implementação da CST, facto que dificultou nomeadamente a elaboração das tabelas cronológicas relativamente às datas de implementação desta ferramenta. A necessidade de análise de um elevado número de casos de estudo foi fundamental para que, cronologicamente, fosse possível definir os países (ou regiões) que desenvolveram a CST. No entanto, a maioria dos estudos de caso, surgem em forma de artigos científicos, cujos métodos utilizados para a adaptação desta ferramenta não são descritos de forma pormenorizada.

No caso específico da análise e enquadramento da CST aplicada ao contexto regional, foi dificultada sobretudo pela ausência de um quadro conceptual e metodológico referente a esta. Assim, a dificuldade de adaptação das variáveis de turismo; a escassez de informação estatística e a falta de um marco estatístico unificador e unificado à escala regional, dificultaram o desenvolvimento e aplicação desta temática. Ao nível de implementação, tal como no caso da CST nacional, os estudos de caso são, maioritariamente descritos em artigos científicos, facto que dificulta a perceção da utilização dos modelos. Além disso, a maioria dos dados são preliminares, e poucos são definitivos, facto que descredibiliza o estudo.

Na metodologia de implementação da CST no contexto da região do Alentejo, através da qual se procurou quantificar as despesas turísticas dos visitantes, as lacunas e limitações sobretudo ao nível de informação disponível, foram inúmeras. Deste modo, a nível das estatísticas do turismo, não existem dados como: número total de visitantes da região Alentejo e total de despesas efetuadas por estes. Contudo, estes constituem dados fundamentais na concretização do cálculo das despesas turísticas. Ao nível de dados dos transportes, unidades de alojamento, postos de turismo, estes restringem-se ao número, estada média e origem dos visitantes.

Deste modo, a região do Alentejo surge como a área com menos expressão no setor turístico português, com valores reduzidos em termos de procura e oferta turística. A necessidade de se destacar das restantes regiões de Portugal surge como uma emergência, assim como a CST surge como uma ferramenta que permite identificar e diferenciar distintos mercados turísticos. Apesar de ser uma ferramenta que exige recursos financeiros e temporais, o seu benefício de médio e longo prazo contribuirá para uma gestão mais descentralizada dos recursos turísticos; melhorar a alocação de recursos na respetiva região; diversificar as áreas rurais mais desfavorecidas; destacar ou enfatizar a importância das características específicas desta região; efetuar comparações no turismo, nomeadamente, em termos do número de visitantes, as características e despesas, assim como entre regiões do mesmo país (quando existentes).

6.3 Propostas de Investigação futura

Após a conclusão deste trabalho, é possível verificar que muito ficou por fazer. Desenvolver uma Conta Satélite de Turismo para uma região constitui uma tarefa deveras complexa e morosa. O trabalho aqui desenvolvido centrou-se fundamentalmente em colocar em prática o que foi descrito na teoria, embora a quantificação das despesas turísticas dos visitantes do Alentejo seja meramente descritiva e explicativa.

Contudo, tal como foi descrito na metodologia de implementação da CST ao contexto regional, o desenvolvimento desta implica, numa primeira abordagem, a elaboração de 5 tabelas. Visto que, neste trabalho, foi proposto o desenvolvimento da Tabela 4, relativa ao consumo turístico interior, ficam a faltar as tabelas referentes à: oferta interior e consumo turístico interior total; contas de produção das indústrias turísticas e outras; emprego nas indústrias turísticas e Indicadores não monetários. Posto isto, para trabalho

futuro seria interessante, ponderar a possibilidade de conclusão da respetiva CST, vista como instrumento benéfico e inovador para as regiões, nomeadamente portuguesas.

É também importante que, no âmbito deste trabalho, fosse possível desenvolver CST regionais para outras regiões de Portugal, na medida em que seria possível enriquecer os dados estatísticos turísticos regionais, assim como tornar possível a comparação entre diferentes sectores do turismo, ao nível dos impactos económicos deste setor.

Deste modo, procura-se com o desenvolvimento deste trabalho, sensibilizar entidades (públicas ou privadas) interessadas nesta temática, para a importância do projeto da CST, assim como alertar para a necessidade de avaliação da magnitude económica de um setor transversal a toda a economia (como é o caso do turismo), a qual só pode ser levada a cabo com projetos abrangentes como a CST, ancorando este sistema nas contas regionais.

Em suma, este trabalho seria um projeto arrojado por vários motivos:

- Projeto pioneiro para a região do Alentejo;
- Vincular a CST regional nas contas regionais;
- Tornar os dados estatísticos do turismo da região do Alentejo mais consistentes e fiáveis;
- Desenvolver a cooperação entre o INE e entidades regionais competentes (CCDR-A; Universidade de Évora e Beja; Associação de turismo do Alentejo);
- Enfrentar as graves limitações de informação estatística regional, as quais dificultam o desenvolvimento da CST para a respetiva região.

Capítulo 7 Referências Bibliográficas

- Ahlert, G. (2004). *TSA for Germany: database of the satellite account and perspectives for integration into a sectoral disaggregated macro-econometric model*. Paper presented at the 7th International Forum on Tourism Statistics.
- Ahlert, G. (2007). Methodological Aspects of Preparing the German TSA, Empirical Findings and Initial Reactions. *Tourism Economics*, 13(2), 275-287.
- Ahlert, G. (2008). Estimating the Economic Impact of an Increase in Inbound Tourism on the German Economy Using TSA Results. *Journal of Travel Research*, 47(2), 225-234.
- ANA, A. d. P., S.A.,. (2011). Voo Londres - Beja- Londres começa dia 22 e vai durar seis meses. In www.ana.pt, acedido em 17-05-2011.
- Aydin, N. (2008). The Need for Tourism Satellite Accounts: A Florida Case Study. *Applied Research in Economic Development*, 5(3), 37-47.
- Barros, J. M. d. V. (2007). *Impacto do Turismo no Desenvolvimento Sócioeconómico: o caso da Ilha do Sal.*, Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Braendvang, A. K., Dybedal, P., Johansen, S., & Sorensen, K. (2001). *Regional Satellite Accounts for Tourism: Data, Concepts, Methods and Applications*. Paper presented at the 41st European Congress of the E-RSA.
- Bryan, J., Jones, C., Munday, M., & Roberts, A. (2005). *First Steps Tourism Satellite Account Project: English Regions*. Cardiff, United Kingdom: Cardiff Business School.
- Câmara Municipal de Évora. (2010). *Resumo Estatístico de 2010*. Departamento de Promoção Turística. In http://www2.cm-evora.pt/quiaturistico/results_dados.asp.
- Câmara Municipal de Beja. (2009). *Estatísticas referentes aos visitantes, 2009, por país de origem*. In http://www.cm-beja.pt/portal/page?_pageid=73,46181&dad=portal&schema=PORTAL&conteudos_genericos_gry=BOUI=42266.
- Cañada, A., & Roig, R. (2002). La contabilidad nacional según el SEC95 como marco para la estimación de la Cuenta Satélite del Turismo. *Revista de Estudios Turísticos*.
- CENSTAD - Census and Statistics Department. (2011). *Hong Kong - Monthly Digest of Statistics*. Hong Kong: Industrial Production and Tourism Statistics Section.
- Comissão de coordenação e Desenvolvimento Regional do Alentejo (CCDRA). (2010). *ALENTEJO HOJE: Caracterização Regional*.

- Comissão Europeia, Fundo Monetário Internacional, OECD, Nações Unidas, & Banco Mundial. (2009). *System of National Accounts*. Nova York.
- Cooper, C. (2003). *Classic Reviews in Tourism*. England: Channel View Publications.
- Cooper, C., Fletcher, C., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2005). *Tourism: Principles and Practice* (3 ed.): Prentice Hall.
- Costa, E. P. d., & Gouveia, M. (2010). A Evolução Recente da Actividade Turística em Portugal. *Boletim Mensal de Economia Portuguesa (BMEP)*(5), 35-46.
- Costa, R. (2001). Avaliação do potencial de crescimento e de desenvolvimento das pequenas e microempresas do sector do Turismo. *Investigação em Turismo: Ciclo de Debates*, 207-214.
- Cunha, L. (2003). *Perspectivas e Tendências do Turismo*: Edições Universitárias Lusófonas.
- Cunha, L. (2006). *Economia e política do turismo*. Lisboa: Verbo.
- Dicionário da Língua Portuguesa 2011. (2011) Porto Editora. Lisboa.
- Direcção Regional de Estatística da Madeira. (2008). *Estudo de Implementação da Conta Satélite do Turismo da Região Autónoma da Madeira*: Governo Regional, Secretaria Regional do Plano e Finanças.
- DREM, SREA, & ICE. (2008). *Contas Satélite do Turismo da Macaronésia*.
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Spurr, R. (2004). Evaluating Tourism's Economic Effects: New and Old Approaches. *Tourism Management*, 25, 307-317.
- Dwyer, L., Forsyth, P., Spurr, R., & Ho, T. (2005) New South Wales Tourism Satellite Account. New South Wales: National Library of Australian Cataloguing in Publication Data.
- European System of Accounts ESA 95. (1996). Methods of Regionalisation. In <http://circa.europa.eu/irc/dsis/nfaccount/info/data/esa95/en/een00000.htm>;
- EUROSTAT. (2002). *European Implementation Manual on Tourism Satellite Account (TSA)*.
- EUROSTAT. (2006). *Regions: Statistical Yearbook 2006*. Luxembourg.
- EUROSTAT. (2008). SIGMA 03: The Economy by numbers. In P. Bautier (Ed.), *SIGMA*. Luxemburgo: Official Publications of the European Communities.
- EUROSTAT. (2009a). *Tourism Satellite Accounts in the European Union*: European Commission.
- EUROSTAT. (2009b). *Tourism Satellite Accounts in the European Union* (Vol. 2). Luxemburgo: Publications Office of the European Union.

- EUROSTAT. (2009c). *Tourism Satellite Accounts in the European Union* (Vol. 3). Luxemburgo: Official Publications of the European Communities.
- EUROSTAT. (2010). *Tourism Satellite Accounts (TSA) in Europe*. Luxemburgo: Publications Office of the European Union.
- Eusébio, M. C. (2006). *Avaliação do impacte económico do turismo a nível regional - o caso da Região Centro de Portugal*. Universidade de Aveiro, Aveiro.
- FEDER - Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional. (2007). *Programa Operacional Regional do Alentejo 2007-2013*.
- Federal Statistical Office, & State Secretariat for Economic Affairs. (2008). *Tourism Satellite Account for Switzerland, 2001 and 2005: Basic Principles, methodology and results*. Neuchâtel.
- Frechtling, D. C. (1999). The tourism satellite account: foundations, progress and issues. *Tourism Management*, 20(1), 163-170.
- Frechtling, D. C. (2001). World Conference on the Economic Impact of Tourism. *International Journal of Tourism Research*, 3, 253-259.
- Frechtling, D. C. (2008). Measurement and analysis of tourism economic contributions for subnational regions through the Tourism Satellite Account. *International Tourism Conference*,
- Frechtling, D. C. (2010). The Tourism Satellite Account: A Primer. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 136-153.
- FSO, & SECO. (2008). *Tourism Satellite Account for Switzerland, 2001 and 2005*. Neuchatel.
- Hayes, C., & Boag, C. (2004). Development of a Tourism Satellite Account for Scotland.
- Hecht, J. E. (2006). *Compiling a Mongolian Tourism Satellite Account: Phase 1*. Ulaanbaatar, Mongolia: EPRC Project/ Chemonics International Inc.
- Hecht, J. E. (2007). *Implementation Plan for a Jordanian Tourism Satellite Account*.
- Iboshi, P. I. (2007). *Hawaii Travel & Tourism Satellite Account 1997-2006*. Hawaii.
- INE. (2003). *Estudo de Implementação da Conta Satélite do Turismo em Portugal: Programa Operacional da Economia (POE)*.
- INE. (2004). *Gastos dos Estrangeiros em Portugal: Direção Geral do Turismo*.
- INE. (2008a). *Anuário Estatístico da Região Alentejo*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- INE. (2008b). *Inquéritos às Despesas das Famílias 2005-2006*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, I.P.
- INE. (2008c). *Conta Satélite de Turismo (2006-2008)*: Instituto Nacional de Estatística, I.P.

- INE. (2010a). *Inquéritos às deslocações dos Portugueses*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- INE. (2010b). *Anuário Estatístico da Região Alentejo*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, I.P.
- INE. (2010c). *Despesa Turística retoma crescimento*. Conta Satélite de Turismo 2000-2010. Informação disponível em http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=83387299&DESTAQUESmodo=2.. acedida em 24 de Outubro de 2011.
- Jie, L., & MingYao, L. (2005). The Jiangsu provincial tourism satellite account and TVA accounting in China. *China Tourism Research*, 1(1), 68-77.
- Jones, C. (2008). Contribución económica del turismo a escala subnacional. La CST Regional: complementos y ampliaciones. *Conferencia Internacional de Turismo*,
- Jones, C., & Munday, M. (2004). Evaluating the Economic Benefits from Tourism Spending through Input-Output Frameworks: Issues and Cases. *Local Economy*, 19(2), 117-133.
- Jones, C., & Munday, M. (2007). Tourism Satellite Accounts for Regions? A Review of Developments Issues and an Alternative. *Economic Systems Research*, 22(4), 341-358.
- Jones, C., & Munday, M. (2010). Tourism Satellite Accounts for Regions? A review of development issues and an alternative. *Economic Systems Research*, 22(4), 341-358.
- Jones, C., Munday, M., & Roberts, A. (2003). Regional Tourism Satellite Account: A Useful Policy Tool? *Urban Studies*, 40(13), 2777-2794.
- Kontinnen, J.-P. (2006). *Regional Tourism Satellite Account (RTSA) in Finland - Data, Concepts, Methods and Key Results*. Paper presented at the 46th Congress of the European Regional Science Association.
- Lagos, D. G., & Diakomihalis, M. N. (2008). Possibilities for a Greek Tourism Satellite Account development.
- Leiper, N. (1979). The Framework of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 390-407.
- Leiper, N. (1990). *Tourism Systems*. Auckland: Massey University, Department of Management Systems.
- Libreros, M. (1999). Designing the Tourism Satellite Account (TSA) Methodological Framework. In O. M. d. Turismo (Eds.) (Vol. Part I,
- Libreros, M., Massieu, A., & Meis, S. (2006). Progress in Tourism Satellite Account: Implementation and Development. *Journal of Travel Research*, 45, 83-91.

- Lima, J. (2008). *Turismo e Desenvolvimento Económico - Segmentos de maior valor económico para a Covilhã*. Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Lopes, A.S. (1995). *Desenvolvimento Regional*. Lisboa. Fundação Calouste Gulbenkian.
- MacFeely, S. (2008). Elaboración de estadísticas turísticas a escala subnacional: respuesta - cuestiones y apreciaciones. *Conferencia Internacional de Turismo*,
- Manente, M. (1999). Regional and Inter-Regional Economic Impacts of Tourism Consumption: Methodology and the Case of Italy. *Tourism Economics*, 5(4), 425-436.
- Massieu, A. (2008). La elaboración de estadísticas turísticas a escala subnacional: medición de los flujos de viajes e visitantes. *Conferencia Internacional de Turismo*,
- McGill, K. (2007). How Important is Tourism to Rhode Island. *Global Insight, Inc.*,
- McGill, K. (2008). How Important is Tourism to Delaware. *Global Insight, Inc.*,
- Meis, S. M. (1999). La Cuenta Satélite del Turismo de Canadá: una Nueva Herramienta para medir la contribución del Turismo a la Economía. *Estudios Turísticos*, 138.
- Miller, R. E., & Blair, P. D. (1985). *Input-Output Analysis: Foundations and Extensions*. NJ: Prentice Hall.
- Monthly Digest of Statistics. (2011). *Tourism Satellite Account for Inbound Tourism of Hong Kong*. Hong Kong.
- Murphy, P. (1995). Quality Management in Urban Tourism: Balancing Business and Environment. *Tourism Management*, 16(5), 345-346.
- Namibia Tourism Board. (2008). *Namibia Tourism Satellite Account*. Namibia.
- Neves, D. C. (2009). *Avaliação do impacto económico do Turismo em Portugal a nível regional*. Universidade de Aveiro, Aveiro.
- O Público. (2011). Primeiro voo do aeroporto de Beja parte hoje para Cabo Verde.
- Observatoire Régional du Tourisme. (2010). Les chiffres clés du tourisme en Lorraine 2009. In www.tourism-lorraine.fr. Acedido a 25 de Maio de 2011
- OECD. (2000). *Measuring the Role of Tourism in OECD Economies: OECD Manual on Tourism Satellite Accounts and Employment* (Vol. II). França.
- OECD. (2002). *National Tourism Policy Review: Republic of Korea*. Korea.
- Okubo, S., & Planting, M. A. (1998). U.S. Travel and Tourism Satellite Accounts for 1992. *Survey of Current Business*, 78(2), 8-22.
- OMT. (1980). *Manila Declaration on World Tourism*. Madrid, Espanha.
- OMT. (1995a). *Concepts, Definitions and Classifications for Tourism Statistics*. Madrid, Espanha: Organização Mundial de Turismo,.

- OMT. (1999a). Conta Satélite do Turismo (CST): Quadro Conceptual. In O. M. d. Turismo (Eds.)
- OMT. (1999b). *The Measurement of the Economic Impact of Tourism*. Paper presented at the Enzo Paci World Conference.
- OMT. (2001). *The Tourism Satellite Account (TSA): Past, Present and Future Developments*. Madrid, Espanha: Organização Mundial de Turismo.
- OMT. (2005). *Findings and evaluation, Proceedings of the Conference on the TSA: Understanding tourism and designing Strategies*
- OMT. (2010). TSA Data Around the World. In O. M. d. Turismo (Eds.), *Worldwide Summary*
- OMT (Ed.). (1995b). *Collection of Tourism Expenditure Statistics* (Vol. 1). Madrid, Espanha: Organização Mundial de Turismo,.
- OMT (Ed.). (1995c). *Collection of Domestic Tourism Statistics* (Vol. 3). Madrid, Espanha: Organização Mundial de Turismo,.
- OMT (Ed.). (2000). *General Guidelines for Developing the Tourism Satellite Account (TSA)*. Madrid, Espanha: Organização Mundial de Turismo.
- OMT, Nações Unidas, EUROSTAT, & OECD. (2008). *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*. Luxemburgo, Madrid, Nova Iorque, Paris: United Nations Publication.
- Pham, T. (2008). *Queensland Regional Tourism Satellite Account: scoping study*. Queensland.
- Pham, T., Dwyer, L., & Spurr, R. (2010). *Regional Economic Contribution of Tourism Destinations in Queensland*. Queensland: STCRC Centre for Economics and Policy.
- Quintela, M., Dorés, V., & Hilário, M. (2007). *The Portuguese TSA: Analysis of Volume Measures*. Paper presented at the 8th Meeting of the Committee on Statistics and Macroeconomic Analysis of Tourism.
- Rabahy, W. A., Kadota, D. K., Santos, G. E. d. O., & Vassallo, M. D. (2008). *Challenges to the Development of Tourism Satellite Accounts in Brazil*. Brazil.
- REFER – Rede Ferroviária Nacional. (2009). *Relatório de Gestão*. Direção de Coordenação de Economia e finanças. Lisboa.
- Richardson, H. W. (1985). Input-Output and Economic Base Multipliers: looking backward and forward *Journal of Regional Science*, 25(4), 607-661.
- Rodrigues, A. I. B. P. (2006). Alqueva: Oportunidade para o Alentejo? *Revista Economia Pura*, 8(75).

- Rutter, H., Berwert, A., & Koch, K. (1999). *TSA and the Regional Perspective*. Paper presented at the Enzo Paci World Conference on the Measurement of the Economic Impact of Tourism.
- Sacks, A. (2004). *The Alaska Tourism Satellite Account*. Alaska: Alaska Department of Commerce, Community and Economic Development.
- Schoenmakers, B. (2005). *Desenvolvimento de uma Metodologia de Amostragem para Caracterização da Ocupação do Solo de Portugal Continental*. Universidade Nova de Lisboa, Lisboa.
- SCN 93. (1993). System of National Accounts, 1993. In Nações Unidas, Fundo Monetário Internacional, Banco Mundial, EUROSTAT & OECD (Eds.)
- SCN. (2008). *System of National Accounts*. New York.
- Sharma, A., & Olsen, M. D. (2005). Tourism Satellite Accounts - Implementation in Tanzania. *Annals of Tourism Research*, 32(2), 367-385.
- Sharpley, R., & Telfer, D. J. (2002). *Tourism and Development: Concepts and Issues*. England: Channel View Publications.
- Sines, P. d. (2010). *Boletim Estatístico*. Sines: Direção de Sistemas, Planeamento e Comunicação.
- Slocum, S. L. (2006). *The Impact of Tourism on the Economy of Nevada: A Tourism Satellite Account and Computable General Equilibrium Model*. University of Nevada, Reno.
- Smeral, E. (2006). Tourism Satellite Account: A Critical Assessment. *Journal of Travel Research*, 45(92), 93-98.
- Smeral, E. (2010). Application of the TSA in a regional context: the case of Vienna. *Tourism Review*, 65(1), 57-65.
- Smith, S. L. (1988). Defining Tourism: a Supply-side View. *Annals of Tourism Research*, 15(2), 179-190.
- Smith, S. L. J. (2000). Measurement of Tourism's Economic Impacts. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 530-531.
- South Carolina Department of Parks, R. T. (2009). The Economic Contribution of Tourism in South Carolina. *U.S. Travel Association*,
- Spurr, R., Ho, T. V., Forsyth, P., Dwyer, L., Pombudi, D., & Hoque, S. (2007). *Tourism Satellite Account - Western Australia 2003-04*: Centre of Tourism Economics and Policy Research.
- Srivastava, P., & Shukla, R. (2006). *Tourism Satellite Account for India*. India.

- Teillet, P. (1988). A Concept of Satellite Account in the Revised SNA. *Review of Income and Wealth*, 34(4), 411-439.
- Terrel, D., & Bilbo, R. (2008). *The 2006 Louisiana Tourism Satellite Account: an Update*. Louisiana: Louisiana Department of Culture, Recreation and Tourism.
- Thiep Van Ho, Spurr, R., Pambudi, D., Forsyth, P., Dwyer, L., & Hoque, S. (2008a). *Tourism Satellite Account - Western Australia 2006-07*: Sustainable Tourism Cooperative Research Centre.
- Thiep Van Ho, Spurr, R., Pambudi, D., Forsyth, P., Dwyer, L., & Hoque, S. (2008b). *Tourism Satellite Accounts 2006-07: Tasmania*. Queensland, Australia.
- Tourism Economics. (2009). The Economic Contribution of Tourism to the State of North Carolina. Retrieved 07 de Março de 2011, <http://www.nccommerce.com/NR/rdonlyres/3EF70E82-3CD1-47EE-B8F4-9E3C06511BE8/0/NCTSA102009final.pdf>
- Turismo de Portugal. (2006). *Plano Estratégico Nacional do Turismo: Para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal*.
- Turismo de Portugal. (2007). Turismo: Actividade Económica 2000-2007.
- Turismo de Portugal. (2009). O Turismo na Economia - Indicadores de Actividade Turística e Económica em Portugal.
- Turismo do Alentejo, E. (2009). *Plano Operacional de Turismo do Alentejo*. Alentejo.
- Tyrrell, T. J., & Johnston, R. J. (2006). The Economics Impacts of Tourism: A Special Issue. *Journal of Travel Research*, 45(3), 4-6.
- United Nations. (1993). *System of National Accounts 1993*. Washington DC.
- Wong, K. Y., & Yew, W. N. (2006). *The Tourism Satellite Account: Basic Understanding Implementation and Issues*. Paper presented at the National Statistics Conference.
- WTTC. (1999). *WTTC Hawaii Tourism Report 1999: How Travel & Tourism affects Hawaii's economy*. Hawaii.
- WTTC. (2003). *The Impact of Travel & Tourism on Jobs and the Economy*. United Kingdom: World Travel & Tourism Council.
- WTTC. (2010). *WTTC Hawaii Tourism Report 1999 - How Travel & Tourism Affects Hawaii's Economy*. London: World Travel & Tourism Council.
- WTTC. (2011a). *Travel & Tourism Economic Impact 2011 - Portugal*: World Travel & Tourism Council.
- WTTC. (2011b). *Travel & Tourism Economic Impact - Tanzania 2011*. London.
- Yochum, G. R., & Agarwal, V. B. (2007). *2006 Virginia Beach Tourism Economic Impact Study*. Norfolk, Virginia: Old Dominion University.

- Yuan, M. (2001). Reoperationalizing economic data collection. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 727-737.
- Zhang, J. (2005a). *Regional Tourism Satellite Account for Denmark: Accounting and modelling*. Paper presented at the 15th International Input-Output Conference.
- Zhang, J. (2005b). *Documentation on Regional Tourism Satellite Accounts in Denmark*. Copenhagen: AKF Forlaget.
- Zhou, D., Yanagida, J. F., Chakravorty, U., & Leung, P. (1997). Estimating Economic Impacts From Tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 76-89.

Anexos

Anexo 1. Efeitos económicos do turismo a partir das despesas turísticas

Efeitos do Sector Turístico a partir das despesas dos visitantes	
<u>Efeitos Primários ou Diretos:</u> Compreendem as alterações provocadas numa economia que resultaram diretamente das despesas realizadas pelos visitantes na região de destino.	
<u>Efeitos Secundários:</u> resultam da diversidade de atividades económicas que fornecem o produto turístico, podendo, por sua vez, ser categorizado em efeitos indiretos e efeitos induzidos	<u>Efeitos Indiretos:</u> dizem respeito ao efeito económico gerado pelo consumo de turismo através das atividades que fornecem bens e serviços às atividades que satisfazem diretamente as necessidades aos turistas
	<u>Efeitos Induzidos:</u> as alterações que ocorrem numa economia em consequência dos efeitos que o turismo gera no rendimento das famílias. Se este rendimento for gasto na economia em análise irá gerar um novo conjunto de efeitos.

Fonte: Neves (2009: 26), Eusébio (2006)

Anexo 2. Produtos característicos e conexos do Turismo

Produtos	Avaliação bruta	Avaliação líquida
A. Produtos Específicos	Excursionista/turista/ Visitantes	Excursionista/turista/ Visitantes
Produtos Característicos		
Alojamento		
Hotéis e outros serviços de alojamento		
Serviços de residência secundária por conta própria ou gratuita		
Serviços de restauração		
Transporte de passageiros		
Serviços de transporte ferroviário interurbano		
Serviços de transporte rodoviário		
Serviços de transporte marítimo ou fluvial		
Serviços de transporte aéreo		
Serviços de apoio		
Agências de viagem, operadores turísticos e guias turísticos		
Serviços de agências de viagens		
Serviço de operadores turísticos		
Informação turística e serviços de guias tur.		
Aluguer de equipamento de transporte		
Serviços culturais		
Recreação e lazer		
Produtos Conexos		
Bens		
Serviços		
B – Produtos não específicos		
Bens		
Serviços		
Total de Consumo monetário turístico		
Diferença líquida sobre os pacotes turísticos		
Total comparável		
Número de chegadas		
Número de dias/noites		

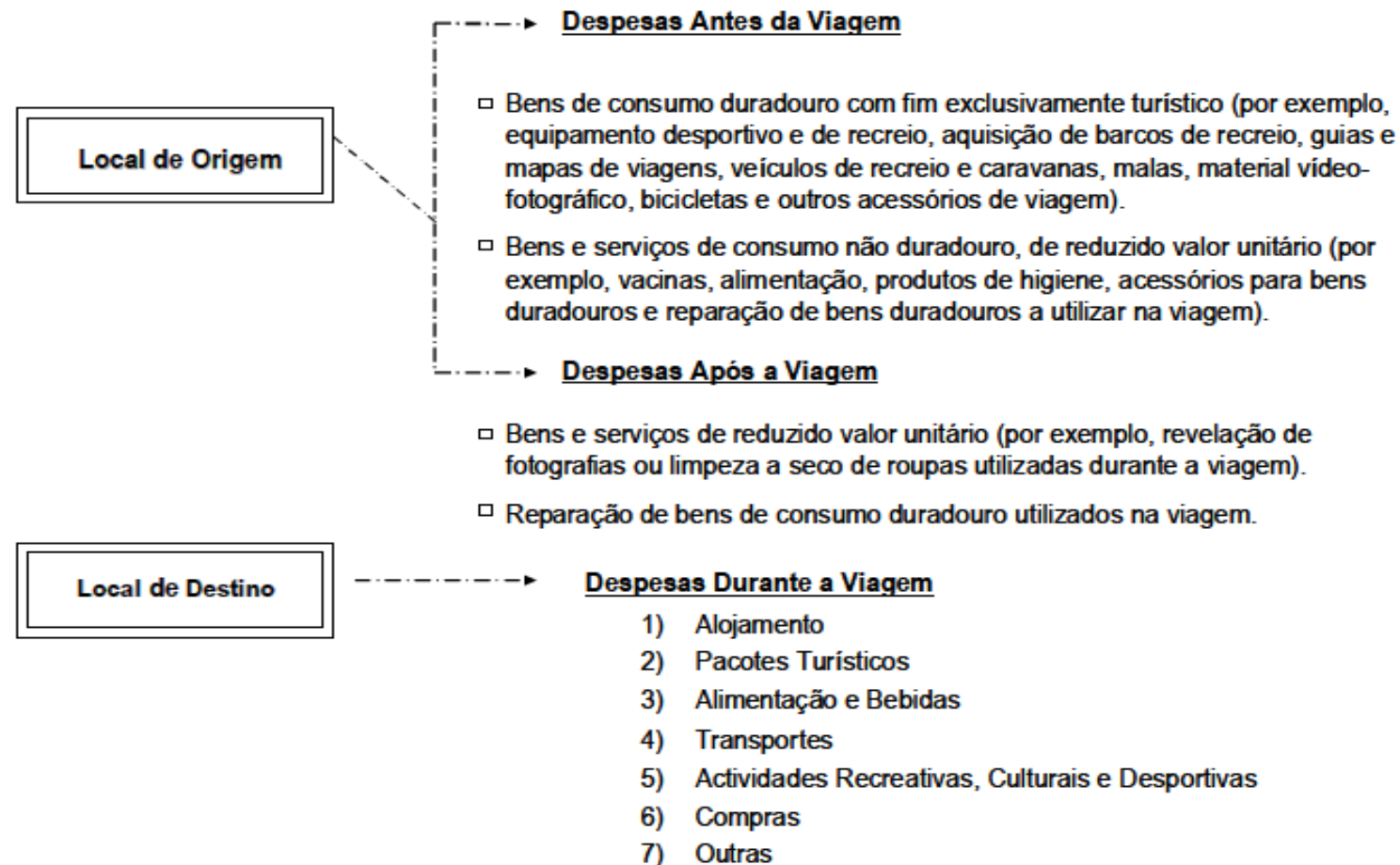
OMT (1999:71)

Anexo 3. Lista de Produtos que podem ser incluídos no Pacote Turístico

1. Pacotes Turísticos
• Tarifas aéreas internacionais;
• Tarifas aéreas dentro do país visitado;
• Aluguer de automóveis;
• Transferes de e para o aeroporto
• Guia turístico para toda a viagem;
• Transporte em Autocarro /Auto-caravana internacional
• Transporte em Autocarro/ Auto-caravana dentro do país visitado
• Transporte Ferroviário internacional
• Transporte Ferroviário dentro do país visitado
• Transporte marítimo internacional
• Transporte marítimo dentro do país visitado
• Alojamento
• Alimentação e bebidas
• Visitas guiadas e excursões panorâmicas (<i>sightseeing</i>)
• Taxas de entrada em espaços de entretenimento e lazer;

Fonte: OMT (2000: 31)

Anexo 4 - Dados relativos às despesas antes, durante e depois da viagem



Fonte: Lima (2008: 14)

Anexo 5. Tipo de bens e serviços a incorporar no consumo turístico antes da viagem

Tipo de Bens	Caracterização
Bens Duráveis de consumo turístico	<ul style="list-style-type: none"> - Equipamento desportivo e recreativo (ex. golfe; campismo; caça; alpinismo; pesca; <i>ski</i>) - Aquisição de barcos de recreio; - Mapas, livros e guias de viagem; - Câmaras e outro equipamento fotográfico; - Bicicletas; - Veículos de recreio e caravanas; - Malas e outros acessórios de viagem.
Bens não duráveis de consumo turístico	<ul style="list-style-type: none"> - Alimentação; - Tabaco; - Cremes e outros produtos de higiene; - Filmes fotográficos; - Cassetes e baterias para câmaras de vídeo; - Bens desportivos não duráveis (ex- bolas de golfe).
Serviços de consumo turístico	<ul style="list-style-type: none"> - Reparação de veículos, câmaras de vídeo ou de produtos duráveis a utilizar na viagem.

Fonte: OMT (2000)

Anexo 6. Embarcações de Recreio do Porto Marítimo de Sines

PAÍSES ORIGEM	Nº EMBARCAÇÕES	DIAS ESTADIA	ESTADIA MÉDIA
dias			
Total	1.206	5.383	4,46
Alemanha	69	128	1,86
Bélgica	31	235	7,58
Dinamarca	14	32	2,29
Espanha	42	269	6,40
Finlândia	8	15	1,88
França	198	823	4,16
Holanda	75	204	2,72
Malta	3	4	1,33
Nacionais	427	2.741	6,42
Noruega	21	50	2,38
Reino Unido	211	660	3,13
Suécia	34	84	2,47
U.S.A	15	35	2,33
Outros	58	103	1,78

2010	TOTAL DE TRIPULANTES	Nº EMB. PASSAGEM	Nº MÉDIO TRIPULANTES POR EMBARC.
Total	2.171	1.206	1,80

Fonte: Boletim Estatístico (2010) obtido em <http://www.portodesines.pt/>, no dia 25 de Outubro de 2011.

Anexo 7. Origem dos visitantes segundo dados fornecidos pelos Postos de Turismo da Região do Alentejo

Postos de Turismo	Origem dos Visitantes
Évora (2010)	✓ 32.123 Portugueses ✓ 30.170 Espanhóis ✓ 13.505 Franceses
Beja (2009)	✓ 10.619 Portugueses ✓ 1.866 Espanhóis ✓ 1.388 Franceses
Estremoz (2010)	✓ 4.367 Portugueses ✓ 2.616 Espanhóis ✓ 1.210 Franceses
Marvão (2010)	✓ 9.707 Portugueses ✓ 5.475 Espanhóis ✓ 1.969 Franceses
Alvito (Setembro 2011)	✓ 142 Portugueses ✓ 41 Ingleses ✓ 16 Franceses
Portalegre (2010)	✓ 2.575 Portugueses ✓ 722 Espanhóis ✓ 245 Franceses
Castro Verde (2011)	✓ 1.237 Total (n detalhado)
Montemor – o – Novo (2010)	✓ 8.965 Portugueses ✓ 404 Ingleses ✓ 386 Espanhóis
Santiago do Cacém (2010)	✓ 1.257 Portugueses ✓ 218 Espanhóis ✓ 145 Alemães
Sines (Ago 2011)	✓ 1.382 Portugueses ✓ 916 Espanhóis ✓ 155 Ingleses
Vila Nova de Milfontes (2010)	✓ 4.963 Portugueses ✓ 2.154 Espanhóis ✓ 1.575 Alemães
Odemira (2010)	✓ 1.003 Portugueses ✓ 370 Espanhóis ✓ 309 Alemães
Santa Clara-a-Velha (Julho a Dez. de 2010)	✓ 54 Portugueses ✓ 19 Ingleses ✓ 8 Franceses
Zambujeira do Mar (2010)	✓ 3.346 Portugueses ✓ 1.557 Espanhóis ✓ 864 Alemães

Fonte: Elaboração própria, com base em dados fornecidos pelos Postos de Turismo dos respetivos municípios e sites oficiais: <http://www2.cm-evora.pt/>; <http://www.cm-beja.pt/portal/>

Anexo 8. Métodos e abordagens relativas aos locais apropriados para efetuar a pesquisa

Método	Vantagens	Desvantagens
Inquéritos às Famílias	<ul style="list-style-type: none"> - Possibilidade de inquirir todos os residentes da região; - Possibilidade de inquirir via <i>email</i>, telefone ou entrevista pessoal; - Facilidade na obtenção de quadros de amostras; - Podem fornecer dados detalhados das despesas totais da viagem; - Possibilidade de entrevistadores terem acesso a registos relevantes como: recibos de viagem, talões de compra, etc. - Possibilidade de relacionar as despesas com as características dos visitantes; - Possibilidade de consultar outros membros da família que possam ter conhecimento da viagem; - Melhor método de amostragem para obtenção de dados mais completos de despesas de bens duráveis do consumo turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Processo dispendioso</u>; - Necessidade de Pessoal Qualificado; - Entrevistas realizadas podem ter de ser repetidas; - Necessidade de entrevistas a toda a região; - Dificuldade em contactar pessoas que viajaram na região, para fora do seu ambiente habitual, durante o período em estudo. - Dependendo do período decorrido desde a viagem realizada até à data da entrevista, o entrevistado pode ter dificuldade em detalhar alguns dados específicos; - Procedimentos de amostragem podem ser complexos de modo a assegurar amostras representativas, exigindo o apoio de estatísticos qualificados;
Transportes (comboios, aviões, cruzeiros, pequenas embarcações marítimas, autocarros)	<ul style="list-style-type: none"> - Quando existe apenas um meio de transporte disponível, este método tem vantagens equivalentes aos questionários executados na entrada/saída da região; 	<ul style="list-style-type: none"> - Quando existem diversos meios de transporte disponível na região (é o caso do Alentejo), este método não permite fornecer dados representativos de todos os visitantes;
Locais visitados (terminais de transportes, atracções turísticas, parques naturais, praias, centros comerciais)	<ul style="list-style-type: none"> - Questionário nestas áreas deve abranger uma amostra representativa de tais lugares; - Validade depende da proporção de visitantes de tais lugares; - Possibilidade de relacionar as despesas com as características dos visitantes - Possibilidade de fornecer dados detalhados sobre as despesas turísticas; 	<ul style="list-style-type: none"> - A amostra pode não ser verdadeiramente representativa de todos os visitantes para a região; - Quando os visitantes respondem acerca de despesas futuras, as respostas podem não corresponder à realidade; - Probabilidade de inquirir visitantes que pernoitam 4 noites é maior do que os visitantes que pernoitam apenas duas noites;
Saída e Entrada na Região	<ul style="list-style-type: none"> - Fornece estimativas das 	<ul style="list-style-type: none"> - Este método só pode ser

(aeroportos; portos marítimos, pontos terrestres de fronteira (estradas principais), a bordo de cruzeiros e aviões, comboio)	<p>despesas relacionadas com os visitantes internacionais;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reduz os problemas relacionados com o esquecimento das despesas; - Uso de entrevistas pessoais permite a aquisição de dados mais precisos; - Possibilidade de obtenção de dados detalhados das despesas turísticas; 	<p>utilizado para despesas de visitantes internacionais;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Exige procedimentos de amostragem deveras complexos para garantir resultados representativos; - As entrevistas pessoais podem tornar-se dispendiosas na medida em que exige pessoal qualificado; - Quando são entregues em mão os questionários, as taxas de resposta são baixas e os resultados duvidosos; - Tempo disponível para entrevista deste tipo de visitantes é limitado;
Unidades de Alojamento	<ul style="list-style-type: none"> - Fornece informação detalhada das despesas turísticas; - Reduz significativamente eventuais problemas entre entrevistados; - Uso de entrevistas pessoais permite a recolha de dados mais precisos; - Permite relacionar as despesas turísticas com as características dos visitantes; 	<ul style="list-style-type: none"> - Exige procedimentos complexos de amostragem de modo a que a amostra seja representativa; - Entrevista pessoal pode tornar-se dispendiosa devido à necessidade de pessoal qualificado; - Quando são entregues questionários aos visitantes para serem devolvidos no fim da viagem, as taxas de resposta são reduzidas; - Fornece estimativas de despesas apenas para os visitantes que ficaram hospedados neste tipo de estabelecimentos turísticos, não abrangendo excursionistas nem outro tipo de alojamentos particulares (casas de familiares e amigos);

OMT (1995; 2000)

Anexo 9. Questionário orientado para os Operadores Turísticos para estimar as componentes dos Pacotes Turísticos

1. Em média, por pacote turístico vendido a um visitante, qual a distribuição dos custos para cada uma das seguintes componentes?
 - a. Alojamento..... __%
 - b. Restauração e Bebidas __%
 - c. Transporte internacional __%
 - d. Transporte no país visitado __%
 - e. Guia turístico __%
 - f. Serviços culturais __%
 - g. Lazer e entretenimento __%
 - h. Comissão da Agência de Viagens __%
 - i. Outros __%
 - j. Total 100%
2. Para cada uma das componentes, assinale as que considera que a maior parte da produção é feita na economia de compilação:
 - a. Alojamento..... ☐
 - b. Restauração e Bebidas..... ☐
 - c. Transporte internacional..... ☐
 - d. Guia Turístico..... ☐
 - e. Serviços culturais..... ☐
 - f. Lazer e Entretenimento..... ☐
 - g. Comissão das Agências de Viagens..... ☐
 - h. Outros..... ☐
3. A sua empresa situa-se na economia de compilação?
 - a. Sim..... ☐
 - b. Não..... ☐
4. Quais as suas receitas totais anuais, provenientes da venda dos pacotes turísticos para a economia de compilação?
 - a. _____(euros)
5. Qual o nome da sua Agência de Viagem/Operador Turístico _____

Fonte: OMT (2000: 32-36)

Anexo 10. Métodos de Estimação e cálculo dos Pacotes Turísticos

Método	Procedimento
(1) Distribuição proporcional das despesas pelas respectivas componentes	<p>O visitante A refere que o seu pacote turístico inclui todas as componentes (alojamento, transporte, alimentação...).</p> <ul style="list-style-type: none"> Assim, as estimativas das despesas dadas pelo visitante são discriminadas pelas diferentes componentes do pacote, mostrando as despesas ajustadas do pacote turístico do respetivo visitante. <p>Estes cálculos podem ser aplicados a todos os visitantes e o resultado dos valores ajustados das despesas são agregados de modo a fornecer o total de despesas ajustadas para todos os visitantes.</p>
(2) Aplicação da Metodologia (1) para estimar despesas de subgrupos de visitantes	<p>O método descrito anteriormente prevê um procedimento relativamente simples. Contudo, é possível melhorar aplicando cálculos para separar, de uma forma homogénea, subgrupos de visitantes.</p> <p>Os visitantes podem ser divididos em grupos por: motivo de visita; País de residência.</p> <p>Para aplicar este método:</p> <ol style="list-style-type: none"> Calcular as despesas totais por item para cada subgrupo; Em cada subgrupo as despesas em pacotes turísticos por visitante são atribuídas aos itens correspondentes utilizando a metodologia (1) para chegar às despesas ajustadas de cada visitante; Despesas ajustadas por visitante são agregadas de modo a chegar a uma despesa total ajustada para cada subgrupo; Os valores totais dos subgrupos são agregados de modo a chegar a uma estimativa das despesas ajustadas para todos os visitantes. <p>Outras variáveis, tais como idade ou sexo, podem ser usadas para subdividir estes grupos. Quanto mais homogéneos são os grupos, em termos de padrões de consumo, mais precisas serão as estimativas. As bases de dados eletrónicas contêm informações sobre as despesas e as características de cada visitante, as quais podem facilitar o processo de desenvolvimento de modelos para fornecer estimativas ideais.</p>
(3) Dados provenientes dos operadores turísticos	<p>Como alternativa, ou em conjunto com a metodologia anterior, é possível e importante obter informações acerca das despesas dos pacotes turísticos, por parte dos próprios operadores turísticos.</p> <p>Esta metodologia é válida:</p> <ul style="list-style-type: none"> Sempre que há um numero relativamente pequeno de pacotes turísticos envolvidos; Quando os operadores encontram-se preparados para fornecer tais informações; Quando a informação suficiente pode ser obtida a partir dos visitantes para identificar as despesas nos pacotes turísticos; <p>Na prática torna-se difícil obter informações detalhadas dos operadores turísticos, e apenas estimativas gerais estão disponíveis. Estas podem ser ainda mais precisas que os métodos descritos em (1) e (2).</p>

Método	Procedimento
(4) Estimativa a partir do custo individual das componentes	<p>Quando as metodologias acima não podem ser utilizadas, pode ser possível redistribuir o custo total do pacote turístico com base no conhecimento dos custos individuais das respectivas componentes, se compradas separadamente.</p> <ul style="list-style-type: none"> Exemplo: conhecer as tarifas das operadoras de transporte; tarifas de alojamento da área de destino. <p>Contudo, estas tarifas, provavelmente, diferem das despesas incluídas no pacote, pois as taxas das agências de viagens estão incluídas no pacote, assim como o preço do pacote, dificilmente, é o preço total agregado das diferentes componentes. Contudo, este método pode fornecer uma estimativa dos custos relativos das diversas componentes, podendo ser utilizado como base para discriminar o custo total do pacote turístico.</p>

Fonte: Adaptado de OMT (1995b)

Anexo 11 – Inquérito aplicado aos visitantes (internacionais, nacionais e regionais) da Região do Alentejo

1- Identificação do Responsável pelo pagamento das despesas relacionadas com a viagem à Região do Alentejo

1.1 Quem é o responsável pelo pagamento das despesas relacionadas com a sua viagem e a sua estadia na Região Alentejo de Portugal?

- a) O próprio ____
- b) O próprio e a empresa onde trabalha ____
- c) A empresa onde trabalha ____
- d) Outro elemento do grupo da viagem ____
- e) Outra pessoa ou instituição que não pertence ao grupo de viagem. Qual? ____

2- Preparação da viagem

2.1 – A viagem ao Alentejo foi planeada?

- a) Viagem não planeada ____
- b) Viagem planeada ____

2.2 Na preparação desta viagem, quais as fontes de informação que utilizou para escolher a respetiva região?

- a) Agências de viagem ____
- b) Jornais/revistas/rádio/TV ____
- c) Internet ____
- d) Catálogos de empresa/instituições ____
- e) Experiência pessoal ____
- f) Recomendações de familiares/amigos ____
- g) Outras ____ Qual? _____

3 – Realização da viagem entre o seu local de residência e a Região Centro

3.1 Quais foram os meios de transporte utilizados na viagem entre o seu local de residência e a Região Alentejo?

- a) Avião ____
- b) Barco ____
- c) Automóvel ____
- d) Autocarro ____
- e) Comboio ____
- f) Outros meios de transporte ____ Quais? _____

3.2 Qual o custo médio da viagem para cada pessoa da viagem? _____

3.3 Qual o número médio de dias que durou a viagem? (duração de tempo em dias da residência até ao destino? _____

3.4 Qual a duração da sua estada no Alentejo, em número de dias? _____

4 – Caracterização da visita à Região Alentejo de Portugal

4.1 Qual o principal motivo da sua visita ao Alentejo?

- a) Lazer/férias ____
 - b) Visita a familiares e amigos ____
 - c) Negócios ____
 - d) Saúde ____
 - e) Religião e peregrinação ____
 - f) Outro ____
- Qual? _____

4.2 Quantas vezes já visitou esta região? _____

4.3 Quais as principais atrações que pretende visitar na Região do Alentejo?

4.4 Qual o principal meio de alojamento que utilizou e/ou irá utilizar na Região?

Tipos de alojamento	Localidade	Nº. noites
Estabelecimentos hoteleiros (Hotéis, pensões, pousadas, estalagens, motéis, hotéis-apartamentos)		
Meios complementares de alojamento (aldeamentos turísticos, apartamentos turísticos, moradias turísticas)		
Parques de Campismo		
Turismo no Espaço Rural (Turismo de Habitação, Turismo rural, agroturismo, turismo de aldeia, casas de campo)		
Casas de natureza (casas-abrigo, centros de acolhimento, casas retiro)		
Pousadas de Juventude		
Colónias de férias		
Alojamento em meios de transporte		
Alojamento em casas particulares (não gratuitos)		
Alojamento gratuito em casas de familiares e amigos		
Alojamento turístico em residências secundária – Qual?		

4.5 Qual o principal meio de transporte que utiliza durante a visita à região?

- a) Automóvel: próprio _____ alugado _____ outro _____
- b) Autocarro: carreira regular _____ viagem organizada _____
- c) Comboio _____
- d) outro meio de transporte _____

4.6 Quais das seguintes atividades praticou ou pretende praticar durante a visita?

Visitar museus	
Visitar monumentos de interesse histórico (teatros, igrejas, catedrais, castelos)	
Fazer praia	
Visitar aldeias históricas	
Participar em atividades culturais (teatro, festivais, feiras e exposições)	
Visitar infraestruturas recreativas (parques de diversões, parques temáticos locais)	
Praticar atividades desportivas (caça, pesca desportiva, passeios bicicleta, circuitos pedestres, locais lúdicos noturnos)	
Fazer compras	
Visitar centros históricos	
Fazer tratamentos de saúde (ex. termas e outros tratamentos)	
Visitar áreas protegidas	
Participar em eventos religiosos	
Participar em seminários, congressos e conferências	
Participar em cursos de formação	
Outros – Quais?	

4.7 Com quem está a fazer esta viagem?

a) Sozinho____ b) com a família____ c) com amigos____ d) em viagem organizada____

4.8 É responsável pelas despesas de quantas pessoas? _____

5 – Gastos efetuados na Região Centro de Portugal

5.1 Se está a visitar a região através de um pacote turístico, indique os serviços que requisitou à agência de viagem/operador turístico:

- a) Alojamento _____
- b) Alimentação _____
- c) Transporte de passageiros internacionais _____
- d) Transportes nacionais para a região do Alentejo _____
- e) Transportes na Região Alentejo _____
- f) Guias turísticos _____
- g) Serviços culturais _____
- h) Serviços recreativos e desportivos _____
- i) Outros serviços _____ Quais? _____

5.2 Qual o montante pago à Agência de Viagem/Operador Turístico? _____

5.3 Qual o nome do Operador/Agência de viagens que lhe vendeu o pacote turístico? _____

5.4 Se é **RESIDENTE** da Região do Alentejo, indique qual o montante das despesas efetuadas na preparação da sua visita à região:

Tipo de Despesa	Montante € euros
1- Equipamento desportivo e recreativo (campismo, alpinismo, caça, pesca, ski, etc.).	
2 – Barcos de Recreio	
3 – Mapas, livros e guias de viagem	
4 – Camaras e outro quip mento fotográfico	
5 – Filmes fotográficos, cassetes e bater s para cama as de vídeo	
6 – Bicicletas	
7 – Veículos para recreio (ex. caravanas)	
8 – Malas e outros acessórios de viagens	
9 – Alimentação	
10 – Bebidas	
11 – Tabaco	
12 – Cremes e outros produtos de higiene	
13 – Vestuário	
14 – Calçado	
15 – Reparação de veículos, câmaras ou de outros produtos duráveis a utilizar na viagem	
16 – Seguro de Viagem	
17 – Outras despesas – Quais?	

5.5 Quais as despesas diárias efetuadas na Região Alentejo, por categoria de bens/serviços, para todas as pessoas que fazem parte do grupo do qual é responsável?

1 – Alojamento	Despesa diária para o grupo
Estabelecimentos hoteleiros (Hotéis, pensões, pousadas, estalagens, motéis, hotéis-apartamentos)	
Meios complementares de alojamento (aldeamentos turísticos, apartamentos turísticos, moradias turísticas)	

Parques de Campismo	
Turismo no Espaço Rural (Turismo de Habitação, Turismo rural, agroturismo, turismo de aldeia, casas de campo)	
Casas de natureza (casas-abrigo, centros de acolhimento, casas retiro)	
Pousadas de Juventude	
Colónias de férias	
Alojamento em meios de transporte	
Alojamento em casas particulares (não gratuitos)	
Aluguer de caravanas ou de outras “casas móveis”	
2 – Alimentação e Bebidas	
Despesas com alimentação e bebidas realizadas em restaurantes, cafés, bares, clubes, etc.	
Despesas com a alimentação e bebidas consumidas em unidades de alojamento, onde estes tipos de despesas encontram-se separados das despesas de alojamento	
Despesas na aquisição de produtos alimentares e de bebidas em supermercados, estabelecimentos <i>fast food</i> ou <i>take away</i> , ou em outro tipo de estabelecimento comercial	
3 – Transportes utilizados na visita à Região	
a) Despesas em meios de transporte públicos como:	
- Comboio	
- Autocarro	
- Táxi	
- Outro	
b) Aluguer de automóvel sem condutor (rent-a-car)	
c) Despesas com meios de transporte particular ou de aluguer	
- Combustível e lubrificantes	
- Reparações, lavagens e manutenções (peças, acessórios)	
- Pagamento de parques de estacionamento	
- Pagamento de autoestradas	
d) Outras despesas com meios de transporte – Quais?	
4 – Atividades recreativas, culturais e desportivas	
Bilhetes para participar nas seguintes atividades	
- Culturais	
- Desportivas	
- Recreativas	
Despesas de aluguer e outro tipo de despesas para utilizar determinados equipamentos destinados a atividades recreativas	
Despesas efetuadas na compra, reparação e manutenção de equipamentos recreativos e desportivos para utilizar na viagem	
Despesas com combustível e outro tipo de despesas relacionadas com a deslocação de equipamentos recreativos e desportivos	
Despesas em formação para participar em determinados tipos de atividades recreativas e/ou desportivos	
Outras despesas com atividades recreativas, culturais e desportivas	
5 - Compras	
Vestuário	
Calçado	
Bebidas	
Tabaco	
Rolos fotográficos	
Mobiliário, acessórios de decoração e carpetes	
Têxteis para uso doméstico (toalhas de mesa, bordados)	
Vidros e outros utensílios (porcelanas, cristais)	
Livros, jornais e revistas	

Produtos de higiene pessoal	
Medicamentos	
Cameras fotográficas, veículos e outro equipamento relevante	
Outros produtos – Quais?	
6 – Outras Despesas	
Telefone, fax, etc	
Correio	
Revelação de rolos de fotografias	
Serviços pessoais (cabeleireiro, sauna, massagens, limpeza de pele)	
Reparação de bagagens e outros acessórios de viagem	
Serviços de saúde	
Despesas com outros serviços – Quais?	

5.6 Quais o tipo de despesas que efetuou depois da viagem terminar?

Tipo de Despesa	Montante € euros
Relevação de fotografia	
Reparação de veículos usados na viagem e outros equipamentos	
Outros Quais?	

6 – Caracterização do Visitante

6.1 Nacionalidade _____ 6.2 País de Residência _____

6.3 Concelho _____ 6.4 Localidade _____ 6.5 Ambiente de: Vila ___ Aldeia ___ Cidade ___

6.6 Idade _____ 6.7 Sexo: M ___ F ___

6.8 Estado Civil:

a) solteira _____ b) casado _____ c) viúvo _____ d) divorciado/separado _____

e) Outro _____ Qual? _____

6.9 Número de pessoas que fazem parte do agregado familiar _____

- ◆ Adultos a exercer uma atividade remunerada _____
- ◆ Crianças com idade inferior a 15 anos _____ Reformados _____

6.10 Habilitações literárias

- ◆ Educação pré-escolar _____ ensino básico (1º ciclo) _____
- ◆ Ensino básico (2º ciclo) _____ Ensino básico (3º ciclo) _____
- ◆ Ensino secundário _____ Ensino Superior _____

6.11 Situação perante o trabalho:

- ◆ Doméstico(a) ___ Desempregado (a) ___ Estudante _____
- ◆ Reformado (a) ___ Procura de 1º emprego ___ Empregado (a) _____
- ◆ Outro ___ Qual? _____
- ◆ Qual a sua profissão? _____

6.12 Qual o valor médio do rendimento líquido mensal do agregado familiar?

- ◆ 0-500 _____ 500-1000 _____ 1000-2000 _____ 2000-4000 _____ 4000-6000 _____
- ◆ 6000-8000 _____ 8000-10000 _____ + 10000 _____

Fonte: Adaptado de Eusébio (2006); OMT (1995b)